Scientific journal
«Economics and Finance»

Verlag SWG imex GmbH
Nürnberg, Deutschland

SCIENCE AND EDUCATION

Collection of scientific articles

Submitted for review in
Conference Proceedings Citation Index - Social
Sciences & Humanities (CPCI-SSH)

RSCI / РИНЦ
Science Index

THOMSON REUTERS

Verlag SWG imex GmbH
Nürnberg, Deutschland
2017

Verlag SWG imex GmbH

SCIENCE AND EDUCATION

Reviewers:

Pelikh S. A.
Doctor Hab. in Economics, Professor of business economics of the Academy of Management under the President of the Republic of Belarus, Honoured Worker of Industry of the Republic of Belarus (Minsk)

Ruta Šneidere
PhD. in Economics, Docent, Head of Department of Accounting and Auditing, University of Latvia (Rīga, Latvia)

Science editor:

Drobyazko S.I.
Ph.D. in Economics, Associate Professor, Doctor of science, Honoris causa, Professor of RANH

Science and education: Collection of scientific articles. - Verlag SWG imex GmbH, Nürnberg, Deutschland, 2017. - 392 p.

ISBN 978-3-9819288-4-6

Collection of scientific articles published the scientific and practical publication, which contains scientific articles of students, graduate students, Candidates and Doctors of Sciences, research workers and practitioners from Europe, Russia, Ukraine and from others coutries. The articles contain the study, reflecting the processes and changes in the structure of modern economy and state structure. The collection of scientific articles is for students, postgraduate students, doctoral candidates, teachers, researchers, practitioners and people interested in the trends of modern economic science development.

ISBN 978-3-9819288-4-6

© 2017 Verlag SWG imex GmbH
© 2017 Authors of the articles
© 2017 Drobyazko S.I.

CONTENT

1. NATIONAL ECONOMICS AND MANAGEMENT 7
Marek Garbowski. SOCIAL HOUSING ASSOCIATION (PL. TBS) IN THE REALIZATION OF GOVERNMENT HOUSING POLICY IN POLAND 7
Lyubov Kirilova Ivanova. THE URGENT NEED TO IMPLEMENT THE SOCIAL ASSISTANCE PROGRAMS TO SUPPORT PEOPLE WITH DISABILITIES 14
Bondarenko E.V. INTERNATIONAL EXPERIENCE OF TRAINING SPECIALISTS ON TECHNOLOGICAL ENTREPRENEURSHIP 20
Shcheblikina I., Bulipop O. VENTURE INVESTMENT IN UKRAINE: REAL STATE AND PROSPECTS OF DEVELOPMENT 24
Mutafchieva-Bakalova V.L., Minkov T.Y. ANALYSIS OF THE ACTIVITY OF SOFIA AIRPORT AND PERSPECTIVES FOR ITS DEVELOPMENT 28
Tokhtamysh N.I., Horkovliuk D.Y. PROBLEMS OF ECONOMIC DEVELOPMENT IN UKRAINE 33
Shnaider Dmytro. THE MANAGEMENT OF LAND RESOURCES IN CONTEXT FORMATION OF UNITED TERRITORIAL COMMUNITY 37

2. WORLD ECONOMY 41
Prokopets L., Belinsky J. DOCUMENTATION - EXPERIENCE OF FOREIGN COUNTRIES . 41

3. ENTERPRISES ECONOMICS AND MANAGEMENT 45
Blaga V. V., Velmozhnaya Y. L., Tkach I. S. BACKLOGS OF INCREASE OF ECOLOGICAL AND ECONOMIC POTENTIAL OF REGION 45
Blagoy V.V., Evstefeeva A.A., Korol A.O. FEATURES OF FINANCIAL ANALYSIS IN BUILDING COMPANY BY THE EXAMPLE OF TDV "ZHYTLOBUD-2" 49
Bondarenko O.M., Hrynko A.A., Kazakovtseva D.D. FOREIGN EXPERIENCE IN MANAGING INNOVATIVE DEVELOPMENT OF A TELECOMMUNICATIONS ENTERPRISE 52
Gedich T.G., Volokitina V.M. RESEARCH OF INFLUENCE OF LOGISTICHSEKY COSTS OF THE CONTROL SYSTEM OF STOCKS OF MATERIAL RESOURCES 58
Gura O., Voinova K., Muradova A. CROWD-TECHNOLOGIES: ESSENCE, BENEFITS, TASKS 63
Gura O., Gaitanzhy T., Uzun O. OUTSOURCING AS AN INSTRUMENT FOR INCREASING COMPETITIVENESS OF THE ENTERPRISE 67
Gura O., Dzhur E. INDUSTRIAL CLUSTERS: ESSENCE AND FEATURES 71
Gura O., Kravchenko A., Tiuhtiy A. PROBLEMS AND FEATURES OF IMPLEMENTATION OF SWOT-ANALYSIS IN UKRAINE'S MANAGEMENT ENTERPRISES 75
Gura O., Pavliuk O., Makedonska M. INVESTMENT ATTRACTIVENESS OF AGROINDUSTRIAL COMPLEX OF UKRAINE: CURRENT STATE AND PROSPECTS OF DEVELOPMENT 79
Gura O., Rudenko T., Tishchenko V. THE ROLE OF STARTUP INCUBATORS IN THE DEVELOPMENT OF SMALL BUSINESS 84
Zhebka V. V., Malinov V.A. EFFICIENCY OF USING THE INFORMATION TECHNOLOGY TO PROVIDE SAFETY OF THE ENTERPRISE 88
Hapak N., Ivano Y. RESERVES TO IMPROVE THE EFFICIENCY OF THE USE OF FIXED ASSETS 93
Kirchata I.M., Shershenyuk O.M., Zemska O.O. THE MAIN ELEMENTS OF THE ENTERPRISE RESTRUCTURING MECHANISM 100
Kovalenko M.V. ECONOMIC JUSTIFICATION OF FACTORS INFLUENCING THE PROFITABILITY OF AGRICULTURAL ENTERPRISES 106
Kovalets O.O. THE STATE OF DEVELOPMENT OF THE SUGAR INDUSTRY IN UKRAINE 111

Lysenko A.V. METHODICAL APPROACH TO EVALUATION OF COMPETITIVENESS OF ENTERPRISES OF INFORMATION TECHNOLOGY 115
Onischenko D.V. FORMATION OF A STRATEGY TO INCREASE THE PROFITABILITY OF THE ENTERPRISE 121
Polozova T.V., Dmytrenko A.V. CRITERIA FOR SELECTION OF INVESTMENT PROJECTS OF POLYGRAPHIC ENTERPRISE 125
Sotnikova I.N. METHODICAL APPROACHES TO ESTIMATION OF THE ORGANIZATIONAL STRUCTURE OF MANAGEMENT OF A BUILDING ENTERPRISE.. 130
Trushkina N.V. MODERN TRENDS OF E-COMMERCE DEVELOPMENT IN UKRAINE... 132
Tsymbalyuk G.S. THE TRENDS OF QUALITY MANAGEMENT SYSTEMS DEVELOPMENT OF FOOD INDUSTRY COMPANIES PRODUCTS UNDER THE CONDITIONS OF EURO INTEGRATION PROCESSES 137

4. PRODUCTIVE FORCES DEVELOPMENT AND REGIONAL ECONOMY 141
Vanieva A.R. ORGANIZATIONAL AND ECONOMIC CHANGES IN STRUCTURES OF AGRICULTURAL ENTERPRISES ON FUNDAMENTALS OF FINANCIAL MANAGEMENT 141
Harapko E. V., Hoblyk V. V. TYPOLOGIZATION OF THE TOWNS OF TRANSCARPAHIAN REGION 145
Korytko T. Ye. FORMING OF STRATEGY OF STEADY DEVELOPMENT OF REGION 148
Liudmyla Sokolenko. METHODICAL APPROACH TO THE AGREEMENT OF THE ECOLOGICAL-ECONOMICAL INDEXES OF SAFETY AS THE BASIS OF ADMINISTRATION OF THE SYSTEM OF REGIONAL NATURAL MANAGEMENT 152

5. MONEY, FINANCE AND CREDIT 160
Alieva S.D. TYPES OF MOTOR INSURANCE BY PHYSICAL AND LEGAL ENTITIES 160
Aliaiev Serhii. THE EXPERIENCE OF RUSSIAN SCIENTISTS IN RESEARCH OF EXTERNAL DEBT PROBLEMATIC ISSUES 165
Butkovskaya M.N. THE ROLE OF MARKETING RESEARCH IN DETERMINING THE POTENTIAL OF THE MARKET OF INSURANCE SERVICES 169
Evtushenko D. A. MAIN ASPECTS OF FORMING THE INSURER'S FINANCIAL STRATEGY 176
Kolosova D. A. SOME ASPECTS OF THE ORGANIZATION OF PROPERTY INSURANCE IN THE RUSSIAN FEDERATION 182
Meish Alla, Roman Gavrish. CRYPTOCURRENCY IS THE MONEY OF THE FUTURE: THE BASIC PRINCIPLES OF THE INVESTMENT SYSTEM ONECOIN 188
Mysik O. A. ROLE AND PLACE OF MARKETING PLANNING, AS A COMPONENT OF THE GENERAL SYSTEM OF MANAGEMENT OF THE INSURANCE COMPANIES 193
Iryna Savluk. HOW INTEREST RATE POLICY (IRP) OF CENTRAL BANKS IMPACTS BANKING RATES 199
Savchuk S.V., Demianiuk A.V. MODERNIZATION OF LOCAL BUDGETS OF UKRAINE: MODERN TRENDS AND PROSPECTS OF DEVELOPMENT 202
Chmeruk G.G., Burlakova I.A. PROBLEMS AND PERSPECTIVES OF USE CRYPTOCURRENCY IN UKRAINE 206

6. ACCOUNTING, ANALYSIS AND AUDIT 214
Arjeta Hallunovi, Marsida Ismaili, Alma Shahini. CREATIVE ACCOUNTING AND FINANCIAL REPORTING IN ALBANIA 214
Veriha N. V. ASSET VALUATION IN INFLATION CONDITIONS 223
Zahariev P.Z. ABOUT SOME MODERNIZING ASPECTS OF THE CONTEMPORARY ACCOUNTING CONCEPT 226
Zahariev P.Z. OPPORTUNITIES FOR THE INTEGRATION OF FINANCIAL AND MANAGEMENT ACCOUNTING IN THE SYSTEM OF FINANCIAL MANAGEMENT 230

Zahariev P.Z. SPECIFIC FEATURES AND PRINCIPLES OF ACCOUNTING IN PUBLIC SECTOR ORGANIZATIONS IN THE REPUBLIC OF BULGARIA 236
Zahariev P.Z. DISCUSSION QUESTIONS REGARDING DEPRECIATION OF 240
FIXED ASSETS BY BUDGET ORGANIZATIONS IN THE REPUBLIC OF BULGARIA 240
Ivanenko V., Dubovenko M., Kovalchuk O. EFFICIENCY ANALYSIS OF FACTORING TRANSACTIONS: METHODOLOGICAL ASPECT 245
Manolov Ts. L. ANALYSIS OF CREDITWORTHINESS OF ENTERPRISES IN VARNA REGION (BULGARIA) AS A PREREQUISITE TO DEVELOPMENT OF AN EFFECTIVE FINANCIAL STRATEGY 252

7. TAXATION AND ACCOUNTING SYSTEM 256
Abramova O.S., Tkachenko V.I. STATE REGULATION OF TAXES ON WAGES IN UKRAINE 256
Shelemekh N. N. HEDGING OF OPERATIONS WITH FUTURES, FORVARDS, OPTIONS FOR THE PURPOSES OF TAXATION OF AGRICULTURAL MANUFACTURERS OF RUSSIA... 260

8. ECONOMIC SECURITY OF BUSINESS ENTITIES 263
Zhyvko Z. B., Ruda O. I., Ruda I . I. COMPONENT OF PERSONNEL POTENTIAL AS STEM SECURITY OBJECTS 263
Khaustova Y., Breus S. RESEARCH OF INFLUENCE OF THE INTELLECTUAL COMPONENT OF ACTIVITY OF HIGHER EDUCATION INSTITUTIONS ON THEIR ECONOMIC SECURITY 268

9. MATHEMATICAL METHODS IN ECONOMY 273
Azarova A. O., Moroz O.V., Zhalin Y. O. THE MATHEMATICAL MODEL OF ENTERPRISES INNOVATION ATTRACTIVENESS ON THE BASIS OF FUZZY LOGIC THEORY 273
Ivakhnenko O.V. ESTIMATION OF THE MINIMUM WAGE CHANGING EFFECT ON THE REGIONAL VARIATION OF WAGES IN UKRAINE 276
Chichulin V.P., Chichulina K.V. ENHANCEMENT OF THE BUSINESS ACTIVITIES EFFICIENCY BASED ON ECONOMIC-MATHEMATICAL MODELING 279

10. STATE ADMINISTRATION, SELF-GOVERNMENT AND GOVERNMENT SERVICE 293
Liubokhynets L., Zhelichovskyi A. THREATS OF THE INFORMATION SECURITY AND METHODS OF THEIR NEUTRALIZATION 293
Manuilova Catherine. BECOMING A EUROPEAN TRADITION OF DECENTRALIZATION OF PUBLIC GOVERNMENT ON THE EXAMPLE OF THE ANCIENT GREEK POLIS 297
Chevhanova V., Khadartsev O. COMMUNITY PARTICIPATION IN THE PROCESS OF URBAN DEVELOPMENT: EU MECHANISMS AND THEIR APPLICATIONS 300

11. LAW 306
Gavrilov V.N., Akhmerova D.Y., Kurlykova O.S. ABOUT SOME ASPECTS OF REMOTE TRADE IN VARIOUS COUNTRIES 306

12. TOURISM ECONOMY 310
Yarovyi V.F. PLANNING, FORECASTING AND MODELING OF ENTERPRISES DEVELOPMENT IN THE FIELD OF TOURISM 310

13. MANAGEMENT 315
Bondarenko S.M. FUNDAMENTAL CONCEPTS OF EFQM BUSINESS EXCELLENCE MODEL 315
Stoyan Koev. MODELS FOR EFFICIENT CONDUCT OF BUSINESS COMMUNICATIONS IN ORGANIZATION 319
Lozovskyi O. M., Denysevych Y. S. INNOVATIVE APPROACH TO STUDY OF MOTIVATION AS A PROBLEM OF MODERN MANAGEMENT 327

Pilipyak O.V. APPLIED ASPECTS OF APPLICATION OF IMITATION MODELING FOR ASSESSING INVESTMENT PROJECTS BY REAL OPTION METHOD 333
Shapa N.N., Chutchev A.D. TO THE ISSUE OF PERSONNEL MOTIVATION AT UKRAINIAN ENTERPRISES 338

14. MARKETING 343
Boz H., Karapuzova D. IMPACT OF IMAGE ON COMPETITIVENESS OF HIGHER EDUCATION 343
Garipova L.V., Bratishko N.P. FACTORS OF FORMATION OF COMPETITIVE ENVIRONMENT OF REGIONAL BRANCH MARKETS 347
Kovinko O.M., Drozdets A.D. ASSESSMENT OF ADVERTISING INFLUENCE ON CONSUMERS 351
Kolesnyk M.V., Komandrovska V.E., Karakay A.O. FEATURES OF FORMING COMPETITIVE POSITION OF THE ENTERPRISE IN MARKETING MULTINATIONAL STRATEGIES 356
Korzachenko O.V. EFFICIENCY ANALYSIS OF BANNER ADVERTISING: THEORETICAL ASPECTS 361
Rakhman M. S., Zaika O. V., Kotik I. A. MARKETING OPPORTUNITIES OF ENTERPRISES AGRO-INDUSTRIAL COMPLEX 366
Tarasov I.Y., Kofan E., Partyka D. CONSUMERS' APPREHENSION OF RESTAURANT HOUSEHOLDS' ADVERTISING FACILITIES 371

15. PSYCHOLOGY, PEDAGOGY, EDUCATION, PHILOSOPHY AND PHILOLOGY ... 375
Knysh I. V. NOMADISM AND SEDENTARISM IN THE MODERN HUMANITARIAN DISCOURSE 375
Khoruzha O., Wang Yixing. ESSENCE AND CONTENT OF THE VOCAL COMPETENCE FOR FUTURE MUSIC TEACHER IN VOCATIONAL TRAINING 379
Scherban T., Demyan Y. INVESTIGATION OF ANXIETY IN THE PROCESS OF LIFE PROSPECTS FORMATION OF BOYS ACCORDING TO THE GENDER CRITERION 383

1. NATIONAL ECONOMICS AND MANAGEMENT

Marek Garbowski,
Ph.D., Faculty of Economic Sciences
University of Warmia and Mazury in Olsztyn, Poland

SOCIAL HOUSING ASSOCIATION (PL. TBS) IN THE REALIZATION OF GOVERNMENT HOUSING POLICY IN POLAND

Introduction

For quite some time now it can be observed that social housing as well as the processes of managing social housing resources have been constantly changing. The issue of changes in the systems of managing social housing has been the subject of numerous market studies and economic analyses.

Depending on the organization of social housing system in a particular country, realization of tasks associated with the management of social housing resources is the responsibility of entities from private or public sector: local governments, public enterprises, community partnerships such as social housing associations, associations and also other entities participating in the system of realizing social housing policy of the state.

The assumption accompanying the concept of rental housing in Poland was to facilitate a beneficial purchase of a new flat without engaging one's substantial financial resources. Social housing associations were created in order to meet the demand for affordable housing among those whose income is not sufficient to allow purchase of a flat in the common market. Realization of this concept defined TBS as a tool for realization of state housing policy the aim of which is to meet the housing demand of its citizens.

The aim of the present article is to outline the role of social housing associations as the element of realizing state housing policy in Poland. In the first part, based on literature overview, the essence of social rental housing is presented. Moreover, it specifies major instruments of state policy as well as areas of activity optimisation which have effect on the development of housing investments The second part presents the background of public and private social housing and characterizes the conditions of its development in Poland. Further part focuses on the areas of TBS functioning with regard to realized tasks as well as legal basis of their functioning. The final part pictures the chances of TBS participation in realization of National Housing Program.

1. Directions of state housing policy in literature worldwide

The major aim of housing policy of the government is to fulfill the housing needs of its citizens. One of basic factors which determine realization of this aim is the general level of economic growth. One of the most effective strategies of supporting housing is lowering the costs of financing housing investments with simultaneous stimulation of income growth of households. Income growth is reflected in greater availability of market products [Holmans et al, 2002].

In literature, state interference in housing should take place in three stages and lead to optimisation in the following areas: access to flats, household expenditures on housing and allocation of financial resources.

As for the first aspect, governments usually focus on implementing programs and mechanisms of increasing the supply of new flats. In theoretical aspect, production of new flats is determined by the volume of supply and demand. Thanks to such instruments of housing policy as government subsidies to mortgage interest the total cost of building is lower and as a result flat production is increased. Tax reliefs and exemptions as well as subsidies impact the production structure of new flats by specifying which form of ownership of new flats will turn dominant in a particular period and evaluating the size of rental market. Another incentive influencing the size and directions of development of this market are regulations regarding the market of rental housing (by for instance determining the limits of rental fee increase governments risk a significantly lower activity of investors on the market of rental housing).

Another aim of government intervention is to assure a proper level of expenditures on housing by having impact on the size of rent and flat prices. In theory, both the price and the rental fee are determined by the supply (mainly by building costs) and demand side (housing expenditures, including the purchase costs). As the instruments of housing policy have a direct impact on the level of the aforementioned costs, government's intervention is directly reflected in the costs of flats and rental fees. A good example is increasing property tax which also increases housing expenditures and in effect reduces financial resources of households which in turn leads to decreased prices of houses [Enström and Turner, 2001]. The third aim of state intervention in housing is proper allocation of financial resources aimed at improving the housing status of indigent households. According to Turner, the method of precision bombing, i.e. increasing the scale of support for households which require it the most or which are marginalized or excluded from the scope of current housing policy. The state supports the development of housing market by assigning budget resources for programs which help local authorities or (imperfect) market mechanisms, yet it should not take on full responsibility for housing needs of the society. Evaluation of government instruments supporting housing should be based not only on the size of expenditures but also on their efficiency (measured in e.g. the number of new housing investments or the level of maintenance of current resources) and social and economic purposefulness. In order to facilitate realization of housing needs without excessive involvement of the state it is necessary to support the development of systems for long-term mortgages and saving for housing [Turner, 2001].

2. Conditions of social housing development in Poland

The idea of social housing is constantly changing not only with regard to time, but also depends on the state and current housing policy.

Though the philosophy of social housing is historically based on shared ideals, the means and tools of realizing this concept may be extremely varied. Initially, social housing functioned as a sub-sector of public housing which was partially or completely financed from public means. With time, the tenants of rental housing gained the possibility of participating in building costs, which in certain situations allowed to change their status from tenants to owners. The classification of housing

resources into this part of the market is also made by housing organizations responsible for providing them to the market, these include state or professional organizations or non-profit private business entities. While analysing the background of this sector it may be observed that the reason behind evolution of public and private sub-sector of social housing were growing housing needs of the society [Szelągowska, 2011].

In Poland, the development of housing sector was determined by social, economic and demographic factors. These factors had also impact on the state housing policy over the recent years. In Poland, the beginnings of real estate market development are dated for the Interwar period. Nonetheless, market revival took place after 1989. It was the effect of increased number of transactions, improved infrastructure and occurrence of a significant number of notary publics. In this period of time in Poland there were around 11 million flats owned mainly by housing co-operatives or private persons [Gołąbeska, 2007].

The concept of creating social housing associations occurred in 1992 whereas the rules of functioning of this structure were standardized based on the Act of 26 October 1995 on some forms of flat building support [Urbańska 2001]. This Act was to help solve a difficult housing situation in the country and to commence the mechanism of building cheap flats. Thanks to this Act it was possible to establish further legal frames for functioning of mortgages and building societies. Also, National Housing Fund (pl. KFM) was established [Pawlowicz 1998].

The development of cheap housing has been observed for the last 25 years and it was aimed at the working class. Yet, its sudden growth took place after the First World War. The idea of cheap housing has also its opponents who claimed that this form of help makes people addicted to the support from state institutions [Malpass, Murie 1999].

The main reason behind the demand for social housing is the group of people who cannot afford to buy a flat due to low income. Rental housing was supposed to be a solution for this group since such flats were much cheaper when compared to flats from developers or co-operatives [Urbańska 2001].

Due to a large share of communes in TBS it was possible to include such assets as land and financial resources into the joint stock companies. Also, municipal resources are transformed into resources of associations to support local communes. As a result, TBS are a tool of housing policy in the hands of communes which shape their long-term development [Szelągowska 2011].

Cheap rental housing which has become part of housing reform was created on the basis of the National Housing Fund and social housing association. This sector has become a priority for state housing policy due to present economic, political and social conditions [Frąckiewicz 2005]. It has been the fastest growing branch of the market in recent years: in 2015 the total of 1,265 social rental flats were put to use.

3. Formal and legal frames of activity of social housing associations

The aim of TBS is realization of tasks resulting from the Act on Some Forms of Flat Building Support of 26 October 1995. These tasks include building of flats for rental and their use. Such flats are for people with average income therefore the cost of rent is also moderate. TBS functions on a non-profit basis, which means that all

realised profits are allocated exclusively for statutory activity. Their activity is financed from own resources and preferential credit granted by Bank Gospodarstwa Krajowego (National Economy Bank). Co-members of this investment are also its participants, i.e. natural persons or legal entities which concluded the agreement of participation with the association.

The legal basis of TBS activity includes the following legal acts:

- the Act of 26 October 1995 on Some Forms of Flat Building Support,
- the Act of 21 June 2001 on the Protection of Tenants' Rights, Municipal Housing Resources and on Amendments to the Civil Code
- the Act of 15 September 2000 – The Code of Commercial Companies
- the Act of 23 April 1964 – The Civil Code
- the Act of 20 December 1996 on Municipal Economy

The scope of TBS activity is building flats and their use based on rental agreement [Kryńska, 2007]. Apart from these, TBS may also:

1. purchase housing buildings,
2. conduct renovation and modernization of facilities intended for rental,
3. rent commercial properties, garages, parking place and other spaces,
4. manage housing and other buildings not being the property of TBS on the basis of commission contract,
5. conduct other activity connected with housing and accompanying infrastructure, in particular:
   - act as substitute investor with regard to housing investments and accompanying infrastructure,
   - build one and multi-family buildings on the basis of resources of their future owners,
   - build facilities connected with the functioning of residential estates,
   - conduct renovations and modernizations of housing building not being the property of TBS,
6. offer design services and expert opinions associated with housing and accompanying infrastructure.

Social building associations are usually established in the form of a limited liability company, sometimes also joint stock companies, rarely as organization of legal entities. The basic document establishing TBS is it constitution or founding act. Supervision over the functioning of the company is performed by supervisory board and the commune has the right to have its representatives in this body.

The essence of TBS functioning is the fact that its income cannot be shared among its shareholders or members and it must be allocated for statutory activity of the association. Body authorised to sign off the agreement or constitution of the company is the minister of infrastructure and construction, spatial development and housing. The minister ought to be informed within 14 days after 4 years from the first sign-off of the agreement or constitution if the association has started renting flats being its property. The name of the association, apart from words specifying its organizational form (i.e. type of company), should include the phrase "social housing association" or its abbreviated form "TBS".

While establishing associations of key importance is the commune's strategy regarding the development of housing. Thanks to cooperation with associations, communes found their way to modernize their municipal resources and build estate with moderate rent [Nalepka, 2007].

4. Assumptions of the National Housing Program

The idea of functioning of social housing not only remains in tact with the State's policy path but also constitutes an element of housing policy the assumptions of which have been outlined in the National Housing Fund. Main aims of the Program:

1. Increasing access to flats for persons with low income who cannot afford to purchase or rent a flat on commercial basis. Ultimately, the number of flats per 1 thousand of citizens by 2030 should reach the average level of the European Union. This means an increase of the rate from current level of 363 to 435 flats per 1000 people. In order to achieve this goal and taking into account the need to withdraw part of current housing resources from use, it is planned to build around 2.5 million flats until 2030, on both commercial and state-supported grounds.

2. Increasing the chances of fulfilling basic housing needs of persons at risk of social exclusion due to low income or difficult financial situation. The program assumes that till 2030 local governments should be able to meet the demand for social housing of all households who are currently on the waiting list for rental of a social flat. As of the end of 2014, 165.2 thousand households were on such a list.

3. Improving the living conditions of the society, technical condition of housing resources and boosting energetic efficiency. Ultimately, by 2030, the number of citizens living in substandard conditions (due to a poor technical condition of the building, lack of basic technical installations and overcrowding) should be lowered by 2 mln of people (from about 5.3 mln to about 3.3 mln). This means that the standard of about 700 thousand flats requires to be renovated in such aspects as thermal modernization, run basic utility installations and reduce the number of persons living in a particular flat (redensification).

Government activities aimed at realization of assumptions formulated in the Program will have a complex character. They will include operational sphere (which refers to investments in construction and management of present housing resources) and financial operations that support particular areas of housing. These activities include:

- introduction of complex legal changes facilitating the process of investment and construction (Urban and Construction Code);
- change of regulations specifying the rules of functioning of rental market, including rationalisation of management rules regarding social housing resources;
- development of housing co-operatives in the sphere of available flats, including activisation of co-operative tenancy housing;
- increasing the supply of flats with moderate prices and rents, particularly with the use of real estate of the Treasury (accumulated in the National Housing Fund), within the system of flat rental and with intended transfer of ownership rights.

As for this activity, it is planned to use the experience of Bank Gospodarstwa Krajowego (National Economy Bank) concerning financing of housing construction through Closed-end Financial Fund;

- commencing a complex program for support of social rental housing (housing realized by local governments, social housing associations and housing cooperatives), expanding the range of subjects which can realize this type of building with public support;
- support for systematic saving for housing (e.g. building of a one-family building, purchase of a flat, building contribution, renovation or finishing of a flat/house) by facilitating saving on Individual Housing Accounts;
- supporting indigent households in expenditures associated with housing needs within the modified system of housing benefits;
- supporting all modernization and renovation works, including integrated projects of urban redevelopment, which restore housing functions on urbanized and socially degraded areas;
- taking into consideration housing policy among the elderly, i.e. qualitative and quantitative optimisation of housing resources with accompanying infrastructure in accordance with the changing age structure of the society.

A basic group of solutions implementing a new housing policy is the Program Flat+ (pl. M+), which is based on three pillars that are aimed at creating housing base for all household in Poland. These three pillars include:

- availability of housing for rental on the grounds of the Treasury,
- social rental housing
- support for systematic saving for housing goals.

Flat+ is a new program which assumes building of easily available rental flats for families interned for future ownership.It is to be realized with the use of market financing and in future by the national housing operator and it has the following assumptions:

- to use the property of the Treasury;
- to use market instruments, in particular the formula of a closed-end investment fund;
- to have impact on the real estate market and in effect lower flat prices.

Program Flat+ is to be realized in cooperation with local governments, but also other subjects, including the state-owned companies. The first pillar of the Program, which concerns building of easily-available flats for rental on public land, assumes the use of institutional and financial frames of Bank Gospodarstwa Krajowego (National Economy Bank) until the solutions establishing the National Housing Fund are implemented. Subjects interested in such cooperation (local governments, developers, private entities owning land for residential development) should make a direct offer within the pilot scheme Flat+ to the company BGK Nieruchomości.

The State subsidizes local governments and public benefit organisations which offer housing resources for the poor. Such subjects may apply for partial subsidies of investment costs (35-55% depending on the type of enterprise), which are aimed at providing social housing, municipal flats, direct access hostels or shelters for

homeless. Public resources are also used to subsidize mortgage interest and bonds within the program of preferential credits conducted by Bank Gospodarstwa Krajowego (National Economy Bank) which are available for social housing associations, housing co-operatives and commune companies.

In 2014-2018 the State realizes another housing program called "Mieszkanie dla Młodych" (Flat for the Young). Within this programme, the support assumes subsidy to own contribution when applying for mortgage to buy a flat or one-family house. This support is also aimed at owners and administrators of residential or public utility buildings who plan thermal modernization or renovation. Persons who plan to purchase a one-family house may also receive a partial refund of expenditures regarding building materials.

On 27 September 2016, the Council of Ministers approved Resolution no 115/2016 on establishing the National Housing Fund. This program is a document with strategic character which handles state housing policy in a complex way in a medium-term perspective. This program is also one of the tools which serve to realize "Responsible Development Plan" [http://mib.gov.pl/2-NPM.htm].

The role of Polish TBS in realization of the aforementioned tasks may come down to the role of substitute investor or investment supervisor. Moreover, TBS may also act in the role of special purpose venture which apart from realizing housing investments will handle administration of a newly-built housing resource. Finally, associations will also be able to conclude special purpose ventures with other entities in order to realize the aforementioned tasks.

Conclusions

Social housing associations function in the sector which receives a great deal of interest from the society which is well reflected in the number of applications filled in for realized investments. The main aim of these companies is to build flats, yet they are not profit-oriented as they support the State in fulfilling the housing needs of the society. They are classified as non-profit entities.

Moreover, flats from TBS resources are much cheaper than flats offered by developers on the real estate market. Building of such flats is supported by the State in the form of preferential credits granted by Bank Gospodarstwa Krajowego, and also in the form of public support - properties are submitted with intention to build or adapt for flats.

Housing policy expressed in the National Housing Program introduces solutions aimed at increasing the availability of flats particularly to families with low and average income. In this aspect, TBS is a proper tool for supporting cheap social housing intended for rental. Social rental housing is one of major pillars of the National Housing Program.

Social housing is also connected with the social policy f the State, therefore TBS constitutes a significant element of this policy. Connected with other activities of the State, the system of social housing creates the opportunity to overcome negative demographic tendencies which have become a major socio-economic concern in Poland in recent years.

References:

1. Enström C., Turner B., Bostadsbidrag & prisbildning – en kunskapsöversikt, in: SOU 2001:24 Ur fattigdomsfällan, slutbetänkande av Familjeutredningen, Stockholm 2001.
2. Frąckiewicz L. Przeszłość i przyszłość polskiej polityki mieszkaniowej. Instytut Pracy i Spraw Socjalnych, Warsaw 2005.
3. Gołąbeska E. Rynek nieruchomości i jego podmioty. Wyższa Szkoła Finansów i Zarządzania w Białymstoku, Białystok 2007
4. Holmans A., Scanlon K., Whitehead C., Fiscal incentives for affordable housing, Cambridge Centre for Housing and Planning Research, Cambridge 2002.
5. Kryńska E. Wybrane aspekty rozwoju gospodarczego i rynku pracy. Wydawnictwo Uniwersytetu Łódzkiego, Łódź 2007.
6. Malpass P., Murie A. Housing Policy and Practice. Macmilan, London 1999.
7. Nalepka A. Zarządzanie zasobami mieszkaniowymi w Polsce. Wydawnictwo Uniwersytetu Ekonomicznego w Krakowie, Kraków 2007.
8. Pawlowicz L. Uwarunkowania i perspektywy rozwoju działalności depozytowo-kredytowej banków w Polsce. Instytut Badań nad Gospodarką Rynkową, Gdańsk 1998.
9. Szelągowska A. Finansowanie społecznego budownictwa mieszkaniowego. CeDeWu, Warsaw 2011.
10. Urbańska W. Organizacyjne i ekonomiczne problemy TBS. IGM, Warszawa 2001.

Lyubov Kirilova Ivanova,
Ph Dr, Chief assist., Department of Economics,
SouthWest University Neophit Rilski, Blagoevgrad, Bulgaria

THE URGENT NEED TO IMPLEMENT THE SOCIAL ASSISTANCE PROGRAMS TO SUPPORT PEOPLE WITH DISABILITIES

Annotation: *Recently, thousands of people with disabilities in Bulgaria, made a protest against the "damaged" system, including mothers who, due to lack of sufficient state resources, are obliged to be nursing home without learning about it. There are many small settlements in the country where people with disabilities lack perspectives and opportunities for resocialization. In these places, alternative services have not yet been developed and people with disabilities rely on the care of their relatives only. For these areas, the necessity of social asstences and developing a Disabled people Program activities are of great importance. Social Assistance is an activity that deals with various situations, including: promoting social change to a state of restoration, resolving conflicts arising in human communication, strengthening and strengthening the feeling of free personality in the people, with the sole purpose of achieving the common good*

Key words: *people with disabilities, social assistance, special care and protection, opportunities for resocialization.*

Recently, thousands of people with disabilities in Bulgaria, made a protest against the "damaged" system, including mothers who, due to lack of sufficient state resources, are obliged to be nursing home without learning about it. Thus, against their will, they become assistent to their own children and parents. There are many small settlements in the country where people with disabilities lack perspectives and opportunities for resocialization. In these places, alternative services have not yet been developed and people with disabilities rely on the care of their relatives only. For these areas, the necessity of developing *Disabled people Program* activities are of great importance. In July, the Cabinet approved 15.7 million leva more in the

"Integration of People with Disabilities" program. This was due to changes in the cost of the ministry's budget for 2017 (Government's information service, Note, 04.07.2017.)

We know that children and the elderly are the most vulnerable in any society and therefore require special care and protection from the community in which they live and, of course, from the State which is supposed to provide this support from which they need, because they can not take care of themselves because they are small or because they have lost some of their abilities over time. In such cases, the child is adopted or the court decides to find a foster family as the children are minors. Initially, a social worker, who has to regularly check home treatment and find out the details of coexistence between adoptive parents and the adopted child, is being cared for.

This is an excellent way to check that the child will have the chance to be happy and the role of the assistant as a trained person is to monitor his/her integration into the new family as well as regular monitoring of the treatment that is essential for the child to develop harmoniously.

There is not a small number of children in Blagaria who are waiting for adoption, uploading hard and difficult family stories abandoned by their parents, bullying, including beatings and threats. That is why it is important for the child not to fall back into reckless hands, but to those who will love him and will finally give him the home, education and education that every child deserves.

Also, there is not a small number of children who are raised in social institutions in the system of different ministries. This number is due to the insufficient development of alternative services and care for children with disabilities and to support their families. The high degree of their institutionalization leads to severely limiting the opportunities for good education and inclusion in life, which further aggravates the chances of people with disabilities for the labor market as well as participation in the economic, social and the cultural life of society.

The Cabinet allocated BGN 15.7 million to finance the personal assistants of disabled people who are currently using this service with European funds. Under the Operational Program Human Resources Development last year, 150 million leva were distributed to municipalities for personal assistants and home helpers of disabled people and needy elderly people over 65. Most of the over 260 contracts with municipalities and districts expire in the coming months. In order not to interrupt the service for the needy, the government granted the additional amount yesterday. So people will have a guaranteed personal assistant by the end of the year. For 2018, however, there will have to be money from the budget in order not to interrupt one of the most sought after services. According to the data of the Ministry of Labor (Ministry of Labor, Report, July, 2017), the additional money will provide support for over 15,000 disabled people and people over 65 in the impossibility of self-service. Approximately 6400 personal assistants, 1,000 social assistants and 2500 home assistants will be appointed.

For 2018, the provision of personal assistants will have to be entirely at the expense of the national budget because European funds for this service are no longer foreseen. According to the Social Minister, another 90 million leva is needed for

personal assistants in 2018, in order not to stop the program and to achieve sustainability. At present, about 16,000 assistants take care of 25,000 people with disabilities. Separately, the National Employment Plan program, which this year provides with nearly BGN 9 million provides 2450 personal assistants to people with disabilities (http://nmd.bg/ кabinetut-dofinansira lichnite asistenti).

According to the National Program "Accession of people with disabilities, the necessity of realization of this is due to the fact that people with disabilities in Bulgaria are subject to attitudes and practices inherited from the past. For years, most of them have been isolated, protected and cared for by their families, or receiving state funding. Many of them still remain isolated and unable to go out of their homes because of the inaccessible environment and the lack of adequate services for social inclusion and adaptation.

There are several tasks infront of the PROGRAM:

1. Identification of the persons in need of services and of the unemployed - subject of the Program.
2. Conducting an information campaign and consulting the institutions involved in the implementation of the Program.
3. Creating jobs for social services.
4. Provision of mediation services for job placement of the persons subject to the Program.
5. Organizing and conducting training for the "Social Assistant" service (https://www.az.government.bg/pages/nacionalna-programa-ahu/).

In order to save time and money for family lovers, while at the same time creating a normal social environment and the opportunity for contact with the forest with disabilities, the program provides employment for unemployed persons who improve the quality of life of the disabled, as well as seriously ill and lonely people. The goal is to achieve social adaptability. Thus, the program would have a significant impact on reducing the number of people with disabilities placed in specialized institutions. This would lead to the exclusion of segregated people in the family environment on the one hand and, on the other, would help to create jobs in the social services sector.

All objectives of the program are only to improve the quality of life of people with permanent disabilities or seriously ill single people and to ensure the employment of working full-time or part-time unemployed people. For this purpose, a new profession with a relatively broad profile, called a **social assistant**, is revealed (Ministerstvo na truda I sotsialnata politika, Agentsiya po zaetostta). Persons practicing this profession must be of working age. They can be hired for full time or part time, and if they are unable to work full-time, they are employed in incomplete hours, but not less than 4 hours a day. The social assistant foresees normal social and health insurance, and in the longer term pension insurance. As carers, assistants are also provided with qualification requirements for the purpose of helping, improving the living conditions and the living environment of people with disabilities. The funds provided under the program have an impact on the costs of State and Municipal Social Assistance budgets that will decrease.

According to a study in a Spanish site, Social Assistance is an activity that deals with various situations, including: promoting social change to a state of restoration, resolving conflicts arising in human communication, strengthening and strengthening the feeling of free personality in the people, with the sole purpose of achieving the common good (via definition ABC https://www.definicionabc.com/social/asistencia-social.php). This is an activity where the most important moment is that the person exercising it is responsible for providing assistance to those in need, promoting the inclusion of the most vulnerable in society, and overcoming the inequality between people with disabilities elderly people or people with known problems.

People's relations between each other are as numerous and complex, as complex is the environment in which they develop. Consequently, where conflicts arise, the most important will be the aim to protecting the rights of those affected by these problems. Any social assistance ensures that all the members of society have equal opportunities and enjoy the same rights without any differences or criteria. But, of course, in most societies, it turns out somehow utopian, as the social assistance means a special and particular attention to those classes and sectors that are disadvantaged and are forgotten in the society even more than the poors. Obtaining social assistance at least means guaranteeing that the people with problems will be able to satisfy their most basic needs.

Social assistance is generally used by state-dependent institutions, but there are also many non-governmental organizations or foundations that deal with these same needs and are funded by donations. Social support basically ensures that all people can develop fully and successfully as far as their potential allows. Thus, people will be able to enrich and diversify their lives and protect themselves from all sorts of dysfunction that they are far from happiness and the common good.

At the same time, the individual who is professionally engaged in the task of social assistance is called a social worker, and among the functions that will need to be developed are: providing information and liaising with agencies offering socio-economic resources; know how to manage and promote available resources; to direct and educate; to support families and groups in order to peacefully resolve the created conflicts; to participate in scientific research that will contribute to the identification and interpretation of social phenomena; to be able to present narrower alternative solutions; to manage, formulate, implement and evaluate social plans; to participate in the design of programs for public health, occupational health and social security (via definition ABC https://www.definicionabc.com/social/asistencia-social.php)

Among the functions deployed by the social worker are also those related to various disasters and catastrophes suffered by the victims, monitoring of the adoption of children, social patronage and others.

As far as the social worker's working habits are concerned, they should be diverse and dedicated to those groups of people who require special attention, including: adults, disabled, abusers, victims of terrorism, prisoners, dependents, people in social emergency, prostitution, among others. One of the most common cases in which this type of professional intervenes is in the adoption of children.

Social assistance is always in difficult times, disasters in which a large proportion of the population is severely damaged and become vulnerable in terms of physical and mental capabilities. Persons practicing this profession must be of working age. They can be hired for full time or part time, and if they are unable to work full-time, they are employed in incomplete hours, but not less than 4 hours a day.

The social assistant foresees normal social and health insurance, and in the longer term pension insurance. As carers, assistants are also provided with qualification requirements for the purpose of helping, improving the living conditions and the living environment of people with disabilities. The funds provided under the program have an impact on the costs of State and Municipal Social Assistance budgets that will decrease.

The social assistant is obliged, according to the conditions for employment and realization of professional duties in the program, to provide the following services:

1. *Supplies and / or prepares food, nutrition assistance.*
2. *Shopping - supplying people in need with everyday products and medicines.*
3. *Personal hygiene support - assistance in dressing, bathing, brushing, wheelchair.*
4. *Help in taking medication prescribed by a doctor, measuring blood pressure, attending to a GP, hospitalizing, etc.*
5. *Making payments - for electricity, water, local and central taxes and fees, etc.*
6. *Administrative Assistance - Assistance in preparing the necessary documents for appearance of LEMC / TEMP, completing and submitting the required forms such as tax returns, applications for assistance from the social assistance services or other administrative units and institutions; assistance in obtaining medical devices and / or aids, devices and equipment.*
7. *Accompanying people outside their homes - escorting outside the home, school, cinema, theater, guests and others.*
8. *Help in communicating and maintaining social contacts - organizing entertainment and activities at home and abroad, reading books and newspapers.*
9. *Provides personal helpers for children with disabilities to take care of going to school and doing their homework in out-of-school time.*
10. *Provides assistance to a person with a disability brought by a specialized institution and to the members of his / her family.*
11. *Maintains hygiene in the living quarters inhabited by the recipient - current and basic cleaning.*
12. *Other seasonal or specific according to the individual needs of the persons services / burning of the stove, splitting and importing of wood, cleaning of snow and others.*

In order to implement the program, there is a need to coordinate the actions of institutions such as the Territorial Divisions of the Social Assistance Agency, the Employment Agency (EA), the General Labor Inspectorate Executive Agency (IGI). An evaluation is also needed to be made by the authorities responsible for the implementation of the Program, which must exercise continuous control over:

- the quality of implementation of activities on funded projects;
- effective spending of funds;
- compliance with labor law and labor discipline. At the end of the period the responsible institutions:
- evaluate the implementation of the Program on the basis of information gathered on regulated indicators, surveys and direct observations.
- prepare a report on the achievement of the Program's objectives and the spending of the funds, indicating the difficulties encountered in the implementation of the Program and proposing measures to overcome them.
- make proposals, if necessary, to the Minister of Labor and Social Policy to change the mechanism and scope of the Program and allocate funds based on the results of the monitoring and evaluation of the implementation.

Conclusion: The results of the implementation of the National Program "Assistants for People with Disabilities" (NSHD) show that it has a strong social effect for improving the quality of life of people with disabilities. In the period 2003-2016 the average annual number of 8 660 persons was worked out under the Program. If the program is implemented correctly, a positive and positive effect is expected, namely:

- improving the quality of life of people with disabilities and seriously ill lonely people subject to the Program by improving their access to social services; reducing the number of people with disabilities in specialized institutions and creating conditions for their social inclusion;

- supporting the physical, social, emotional and intellectual development of children with disabilities;

- ensuring social integration and opportunities for improving employability by engaging in skills-enhancing and skills-enhancing activities as well as engaging in training to acquire knowledge and skills to provide services on the Social Assistants activity;

- increased quality of social services provided in the community;
- ensuring employment with all rights and obligations under the Labor Code;
- acquisition of insurance rights for a future period (pensions, etc.);
- development of activities related to the social services of the population.

References:

1. Government's information service, Note, 04.07.2017.
2. Ministry of Labor, Report, July, 2017
3. Ministerstvo na truda I sotsialnata politika, Agentsiya po zaetostta.
4. https://www.definicionabc.com/social/asistencia-social.php via definition ABC
5. http://nmd.bg/ кабинетът-дофинансира-личните-асист
6. https://www.az.government.bg/pages/nacionalna-programa-ahu/

Bondarenko E.V.
Junior researcher
Institute of Market Problems and Economic and Ecological Research of NAS of Ukraine

INTERNATIONAL EXPERIENCE OF TRAINING SPECIALISTS ON TECHNOLOGICAL ENTREPRENEURSHIP

Бондаренко Е.В.
младший научный сотрудник
Институт проблем рынка и экономико-экологических исследований НАН Украины

МЕЖДУНАРОДНЫЙ ОПЫТ ПОДГОТОВКИ СПЕЦИАЛИСТОВ ПО ТЕХНОЛОГИЧЕСКОМУ ПРЕДПРИНИМАТЕЛЬСТВУ

In the article a study of approaches to training on technological entrepreneurship in foreign countries and developed their classification. The directions of adaptation of foreign experience to the realities of Ukraine.

Key words: *technological entrepreneurship, education, practice-oriented approach*

В статье проведено исследование подходов к подготовке специалистов по технологическому предпринимательству в зарубежных странах и разработана их классификация. Предложены направления адаптации зарубежного опыта к реалиям Украины.

Ключевые слова: *технологическое предпринимательство, образование, практико-ориентированный подход*

В условиях постиндустриальной модернизации мировой экономики, во время перехода современной цивилизации на путь устойчивого развития, предпринимательство становится неотъемлемой частью структуры общественного воспроизводственного процесса, без которого невозможно обеспечить успешное развитие производственной системы, а также увеличение ее эффективности. Способность быстро адаптироваться к изменениям конъектуры рынка, возможность внедрения прорывных идей, простота и гибкость структуры управления – все это делает предпринимательскую деятельность интересной и привлекательной для экономически активного населения [1].

В мировой экономике интенсифицировался процесс перехода к новому технологическому этапу, который основывается на переплетении наук и технологий. Такая новая «технологическая волна» может привести к трансформации рынков высокотехнологической продукции и услуг, и таким образом, повлиять на традиционные конкурентные преимущества национальной экономики, а также конкурентоспособность ее отдельных секторов. Поэтому основами развития экономики становятся технологическое предпринимательство и инновации.

Технологическое предпринимательство мы понимаем как предпринимательскую деятельность, которая трансформирует научные знания в инновационные идеи по созданию новых продуктов и технологий, приспособленных к современным цепочкам создания добавленной стоимости [2]. Это и является отличительной чертой технологического

предпринимательства от других форм предпринимательства. Развитие технологического предпринимательства необходимо начинать с университетов, как профессионально-технических, так и исследовательских, так как именно они представляют собой эффективную базу для развития технологического предпринимательства и инноваций.

Молодые специалисты, выходя на рынок со своими инновационными идеями, очень часто терпят неудачу. Связано это с тем, что при обучении они получают, в основном, теоретические знания, и при этом не получают достаточных знаний и навыков по ведению предпринимательской деятельности. То есть, выпускник высшего учебного заведения не знает, как объединить знания и технологии, которые в дальнейшем могли бы обеспечить самостоятельный выход на рынок со своим инновационным продуктом. Для этого в учебных заведениях необходимо проводить обучение с ориентированием на практический уклон, ведь новое поколение ученых - это поколение, у которого склонность к инновациям и предпринимательству очень высока. И поэтому устаревшая программа обучения в современном мире инноваций и технологий не подходит. Так, в университетах США (Северная Каролина, Пенсильвания, Арканзас, Южная Флорида, Стэнфорд), Германии (Мюнхен), Нидерландов, Великобритании (Манчестер) были введены специальные образовательные программы для подготовки специалистов в сфере предпринимательства. Такие новшества связаны с появлением программы, обучающей технологическому предпринимательству, - PSM (Professional Scince Master`s) [4]. Это магистерская программа, в которой дополнительно введены специальные междисциплинарные программы, обучающие созданию и развитию новых предприятий в сфере высоких технологий, коммерциализации технологических инноваций. Студенты PSM учатся по обычной программе с одним только различием, что по окончании свою исследовательскую работу они делают на реальном предприятии. Создана эта программа совместно с работодателями и центрами развития предпринимательства.

Во многих зарубежных институтах уже перешли на практико-ориентированное обучение технологическому предпринимательству. Суть этого подхода заключается в пересмотре образовательной системы, где треть времени будет уходить на изучение теоретического материала, а остальное время – практическая деятельность. Причем, в каждой стране это разделение происходит по-разному. Для реализации разных способов практико-теоретического обучения высшие учебные заведения привлекают к сотрудничеству в качестве преподавателей и консультантов уже действующих предпринимателей, тесно сотрудничают с бизнес-инкубаторами. В чем же заключается практико-ориентированное обучение? После окончания теоретической части обучения наступает этап практики и в каждой стране он различен. Так, например, в США обучающихся собирают в группы, к которым подключаются технические эксперты из уже действующих фирм и начинают разрабатывать бизнес-план по выводу инновационного продукта на рынок, параллельно участвуя в тендерах и проводя поиск потенциального инвестора

для своих проектов. Либо включают студентов в процесс разработки, который уже ведется учеными данного университета [5]. В Финляндии объединяют студентов разных факультетов в одно «учебное предприятие», которое начинает создавать свой проект, и контролем этого процесса занимаются действующие предприниматели. В Австралии схема второго этапа схожа с американской. Такая модернизация обучающей программы с привлечением действующих успешных предпринимателей еще и обеспечивает в дальнейшем рынок труда ценными работниками, к которым уже во время обучения присматриваются представители предприятий-партнеров [3].

Именно недостаток практической составляющей привел к пересмотру и, соответственно, изменению подходов к обучению технологическому предпринимательству. Такой переход не только дает возможность студенту получить на более высоком уровне необходимые теоретические и практические знания, но и поднять конкурентоспособность на рынке образования высшего учебного заведения, в котором он обучается (табл.1).

Таблица 1

Классификация подходов к обучению технологическому предпринимательству

Формы обучения	Методы обучения	Страны
Подготовка кадров	Практико-обучающие программы	США, Канада, Норвегия, Венгрия, Германия
Переобучение	Второе или последипломное образование	Германия
Повышение квалификации	Проведение семинаров	Украина, США

Как видно из табл. 1, в большинстве стран, в основном, происходит обучение технологическому предпринимательству. Однако в связи с высокими темпами развития техники и технологий, необходимо проводить переподготовку и повышение квалификации специалистов по новым образовательным программам. В Германии проводится последипломное образование, а в США и Украине – проводятся семинары по повышению квалификации.

В отличие от программ университетов развитых стран, в Украине гораздо меньше программ по обучению технологическому предпринимательству, и это, в основном, общеэкономические и управленческие предметы, не дающие полного раскрытия инновационного потенциала молодых специалистов. В распоряжении лучших университетов мира, которые включились в обучение технологическому предпринимательству имеются необходимые составляющие практико-ориентированного обучения (технопарки, бизнес-инкубаторы, исследовательские лаборатории и т.д.).

Чтобы расширить систему образования технологическому предпринимательству на Украине, следуя зарубежному опыту, необходимо пересмотреть учебные программы в университетах, особенно в магистратурах, ведь именно там концентрируются идеи и научные разработки. Студенты и аспиранты должны еще во время обучения работать над своими проектами. Необходимо сделать так чтобы процесс обучения был тесно переплетен с

реализацией и коммерциализацией инновационных идей молодых ученых. К преподаванию технологического предпринимательства необходимо привлечь действующих успешных специалистов из технологического бизнеса. В различных странах процесс обучения технологическому предпринимательству проходит по-разному, однако преследуется единая цель: научить студентов и молодых ученых совмещать знания и технологии, и коммерциализировать их на рынке, чем создадут предпосылки для повышения конкурентоспособности страны. Для решения этой задачи оптимально развитие исследовательских университетов, вокруг которых создаются исследовательские парки как форма интегрированного развития науки, образования и предпринимательства, представляющие собою объединенную вокруг научного центра (исследовательского университета) научно-производственную, учебную и социально-культурную зону обеспечения непрерывного инновационного цикла. Суть концепции исследовательского парка состоит в создании особой инфраструктуры, которая обеспечивает связь исследовательского центра и предпринимательства, которое порождает и поддерживает на стартовом этапе технологические предприятия. Исследовательский университет нередко называют «предпринимательским» - адаптированным к условиям современных технологий и рынков труда, что просматривается в основных признаках современного европейского университета: высококачественное многоуровневое образование, фундаментальные и прикладные научные исследования, а также преобразование научных знаний в инновационные идеи создания новых продуктов и технологий.

Литература:

1. Шлафман Н.Л. Механизмы регулирования развития предпринимательского сектора / Н.Л.Шлафман. − Херсон: ХНТУ, ИПРЭЭИ НАН Украины, 2010. − 284с.
2. Formation of the concept models of technological entrepreneurship for development in Ukraine the inner markets of the goods with the high added cost / Shlafman N.L. // Research: tendencies and prospects: Collection of scientific articles. – Editorial Arane, S.A. de C.V., Mexico City, Mexico, 2017. – P. 43-46.
3. Mark J. Newman. Problem-based learning: an introduction and overview of the key features of the approach //J Vet Med Edue 32.1,2005.
4. Professional Science Masters Program: офиц. сайт программы. URL: http://www.sciencemasters.com/(свободный).
5. Tobias S., Sims L. B. Training science and mathematics professionals for an innovation economy. The emergence of the Professional Science Masters in the USA // Industry & Higher Education. – 2006.

Shcheblikina Inna,
PhD of Economics, Associate Professor
Bulipop Olha
V-year student of the Faculty of Economics
Zaporizhzhya National University

VENTURE INVESTMENT IN UKRAINE: REAL STATE AND PROSPECTS OF DEVELOPMENT

Щебликіна І. О.
кандидат економічних наук, доцент кафедри фінансів, банківської справи та страхування
Буліпоп О. В.
студентка V курсу економічного факультету
Запорізький національний університет

ВЕНЧУРНЕ ІНВЕСТУВАННЯ В УКРАЇНІ: РЕАЛЬНИЙ СТАН ТА ПЕРСПЕКТИВИ РОЗВИТКУ

The article considers the main conditions for investing in venture business in Ukraine at the present stage of development. The existing obstacles to the development of venture capital investment are presented and the prospects for improvement of the current state of domestic investment activity are presented.

Key words: *venture fund, innovation, investment, collective investment institute, start-up project, outsourcing, stress assets.*

У статті розглянуто основні умови інвестування венчурного бізнесу в Україні на сучасному етапі розвитку. Наведені наявні перешкоди розвитку венчурного інвестування та представлені перспективи покращення сучасного стану вітчизняної інвестиційної діяльності.

Ключові слова: *венчурний фонд, інновація, інвестиція, інститут спільного інвестування, стартап-проект, аутсорсинг, стресові активи.*

Сьогодні економіка України опинилась у глибокому кризовому стані та потребує налагодження системи оптимістичного збалансованого розвитку. На розі великих змін і трансформацій світової економіки Україна демонструє вкрай невтішні макроекономічні показники. Тому високої значимості у забезпеченні економічної стабільності країни та соціального добробуту населення набувають досягнення науково-технічного прогресу. Основні світові економічні досягнення у переважній більшості випадків пов’язані зі розбудовою системи інститутів спільного інвестування (далі – ІСІ), насамперед, сприяння розвитку венчурного інвестування. Успішний розвиток венчурного інвестування сприяє задоволенню інтересів не лише окремих суб’єктів господарювання, а і населення, і держави в цілому.

Венчурний фонд – це інвестиційний фонд, що орієнтований на роботу з інноваційними підприємствами та проектами (так званими «стартапами»). Венчурні фонди здійснюють інвестиції у цінні папери або частки підприємств з високим або відносно високим ступенем ризику в очікуванні надзвичайно високого прибутку. Зазвичай, 70-80 % проектів не приносять віддачі, але прибуток від тих, що залишилися на 20-30 % окупає всі збитки.

Особливістю даного виду фондів є законодавчий дозвіл проводити більш ризиковану діяльність: відсутня або різко знижена необхідність диверсифікації ризиків, їм дозволено не тільки купувати корпоративні права, але і кредитувати компанії (наприклад, через купівлю векселів) [1].

Загальна сума активів інститутів спільного інвестуван- ня наприкінці 2016 року становила 235,16 млрд. грн., з яких 225,59 млрд. грн. – активи венчурних ІСІ та 9,57 млрд. грн. – активи невенчурних ІСІ (таблиця 1).

Таблиця 1

Інформація про результати діяльності ІСІ протягом 2012-2016 рр., млн. грн.

Вид	Вартість активів інститутів спільного інвестування				
	2012	**2013**	**2014**	**2015**	**2016**
Пайові інвестиційні фонди	118 404,59	137 426,33	148 123,59	170 855,30	160 079,41
Корпоративні інвестиційні фонди	42 012,45	45 956,57	65 627,50	72 485,84	75 079,45
Усього	**160 417,04**	**183 385,90**	**213 751,09**	**243 341,15**	**235 158,86**
Диверсифіковані	2 189,66	1 497,76	1 196,74	788,40	140,19
Спеціалізовані	-	-	33,63	21,58	46,15
Недиверсифіковані	158 227,38	181 888,13	212 520,72	242 531, 17	234 972,52
Усього	**160 417,04**	**183 385,90**	**213 751,09**	**243 341,15**	**235 158,86**
Закриті (невенчурні)	11 365,06	9 864,79	10 708,90	11 042,39	9 444,79
Інтервальні	164,01	128,72	110,71	90,39	69,07
Відкриті	162,95	105,81	61,05	55,96	58,59
Венчурні	148 725,02	173 286,58	202 870,43	232 152,41	225 586,41
Усього	160 417,04	183 385,90	213 751,09	243 341,15	235 158,86

Джерело [3]

Для повної оцінки стану венчурного інвестування в Україні доцільно прослідкувати динаміку зміни вартості активів венчурних фондів (рис. 1).

Рис. 1. Динаміка зміни вартості активів венчурних фондів впродовж 2012-2016 рр.

Структура венчурних фондів України (табл. 2) набагато вужча, ніж у розвинених країнах світу. Таку ситуацію формує багато чинників, зокрема недосконалість податкової бази для розвитку венчурного бізнесу, недостатня

кількість «якісних» проектів як об'єктів венчурного інвестування, накладання обмежень на залучення джерел фінансування, низька якість венчурного менеджменту тощо.

Таблиця 2

Венчурні фонди України

№	Назва венчурного фонду
1	ПАТ «АВЕРАЖ»
2	ПАТ «Закритий недиверсифІкований венчурний корпоративний ІнвестицІйний фонд "АвІсто»
3	ПАТ «ЗНВ КІФ "ОПТІМАЛ»
4	ПАТ «ЗНВ КІФ «ДІНЕРО»
5	ПАТ «ЗНВ КІФ «САНТІМ»
6	ПАТ «ЗАКРИТИЙ НЕДИВЕРСИФІКОВАНИЙ ВЕНЧУРНИЙ КОРПОРАТИВНИЙ ІНВЕСТИЦІЙНИЙ ФОНД «ФІЛІАР»
7	ПАТ «Закритий недиверсифІкований венчурний корпоративний ІнвестицІйний фонд «Ренессанс Інвестментс»
8	ПАТ «ЗНВКІФ «МЕДІНВЕСТ-Україна»
9	ПАТ «ЗНВ КІФ «Акорд-ФІнанс»
10	ПАТ «ЗНВ КІФ «РІелтІ-Актив»

Джерело [4]

Венчурний бізнес в Україні хоча і знаходиться наразі на досить низькому рівні, але, все ж таки, демонструє деякі досягнення в усіх сферах: від інвестицій в інновації до проблемних кредитів. Одним із найперспективніших напрямів венчурного інвестування в економіку України залишається сфера ІТ-технологій. На порозі своєї технічної революції Україна може стати станцією з багатьма масштабними успішними стартап-проектами у цій галузі. ІТ-сфера сьогодні набуває статусу лідера у співпраці по презентації України на світовій арені. Дана галузь трансформує новий імідж України, робить її креативною країною. Тому наразі триває активне обговорення вітчизняних підприємців з потенційними інвесторами перспектив та можливостей ІТ-галузі України та її активного розвитку за рахунок венчурного інвестування.

Збереженню стійких лідируючих позицій ІТ-технологій серед провідних сфер венчурного інвестування сприяє сильна технічна освіта для майбутніх спеціалістів, зростаючий резерв талановитих та висококваліфікованих програмістів, розвиток сфери аутсорсингу як каталізатора створення глобальних підприємств.

Досить позитивні наслідки може принести для України і розвиток венчурного інвестування у банківській сфері. Насамперед, в управлінні стресовими активами банків. Венчурні фонди вже досить тривалий час продовжують цікавити стресові активи банків: вони хочуть або управляти проблемними боргами, або викуповувати їх, заявляючи про свою здатність конкурувати з колекторами та факторинговими компаніями.

Венчурні фонди можуть працювати з банками у 3 напрямах:

1) взяти проблемний актив в управління, як правило, торгово-розважальні центри, офісна чи торгова нерухомість. Протягом обумовленого часу фонд збільшує інвестиційну привабливість активу, потім банк його продає

та сплачує інвестиційній компанії комісійну винагороду у розмірі 10% від вартості угоди;

2) венчурний фонд викуповує проблемні активи з дисконтом від 30% до 50%. Далі – оптимізовує бізнес-процеси, вкладає кошти та шукає інвестора для перепродажу активу;

3) венчурний фонд викуповує заборгованість по кредиту з дисконтом і далі – стягує гроші з фізичної особи-боржника, часто із залученням колекторської компанії.

Утім, досі механізм продажів чи передачі стресових боргів банків венчурним фондам у повну силу не запрацював. Учасники ринку звертають увагу на те, що у даній сфері заключаються одиниці угод. А головною причиною цьому слугує те що, законодавчо такі операції не прописані та ніяким чином не регулюються на державному рівні. Ще одне спірне питання у цій галузі – як оцінювати і ставити на облік придбану заборгованість і чи вважати її активом для самого венчурного фонду. Поки що відсутність чіткого законодавчого регулювання – єдина перешкода у даній сфері. Ринок достатній – 80 млрд. грн. простроченої заборгованості. Але ефективний механізм в теоретичному обґрунтуванні на практиці виявляється зовсім недієвим.

На сьогоднішній день венчурне інвестування в Україні лише зароджується і вважати його повноцінним конкурентом на світовій арені – неможливо. Та поступова динаміка розвитку все ж таки простежується, хоча і демонструє незначні показники. Головними перешкодами на шляху розвитку венчурного бізнесу в Україні виступають:

- недостатність законодавчого регулювання;
- невеликий за своєю місткістю ринок;
- брак регулярного фінансування галузі;
- незадовільний рівень венчурного менеджменту;
- геополітичні виклики.

Однак, на противагу даним перешкодам можна висунути величезний потенціал вітчизняної економіки у розвитку венчурного інвестування, наявність висококваліфікованих працівників та позитивні прогнози розвитку. Український бізнес зацікавлений у впровадженні венчурного інвестування у всі сфери економіки та життя громадян. Останніми роками, особливо впродовж 2017 року простежується яскрава тенденція щодо заявлення українськими банками про власну стратегію впровадження цифрових технологій у свою діяльність, здійснюються додаткові інвестиційні вливання акціонерів. Стрімкий розвиток ІТ-технологій дає змогу позиціонувати Україну як технологічного партнера для інших країн світу. Єдина життєво необхідна та визначальна умова реалізації цих перспектив – це створення позитивних законодавчих зрушень на шляху підвищення вітчизняної інвестиційної привабливості та реалізація оптимального державного регулювання у сфері інвестування та інноваційних розробок. Але на жаль, на даному етапі у держслужбовців абсолютно відсутня об’єктивна мотивація створювати сприятливі умови для розвитку інноваційного бізнес-середовища. Вітчизняна політична система замість каталізатора

зростання є інструментом знищення конкурентного інноваційного бізнес-середовища.

Україна прагне рухатися у напрямі європейського вектора, який визначено орієнтиром у питаннях зростання національної економіки. Розвиток венчурного інвестування – це один з ключових напрямів у побудові сучасної системи інвестування українського бізнесу. Тому поряд зі зміною та доповненням національного законодавства постає завдання інтеграції України у глобальну інноваційну систему, що несе у собі реструктуризацію вітчизняного венчурного бізнесу та імплементацію його у світовий простір.

Література:

1. Краус Н. М. Венчурне інвестування як пріоритетний напрям інноваційного розвитку економіки країни [Текст] / Н. М. Краус, Я. О. Копиця // Економічний простір. – 2013. – № 74. – С. 112-121.
2. Слободян О. А. Венчурний інвестиційний фонд: феномен українського спільного інвестування чи "квазівенчурний" інститут? / О. А. Слободян // Вісник Вищої ради юстиції. - 2013. - № 3. - С. 134-144. [Електронний ресурс]. – Режим доступу: http://nbuv.gov.ua/UJRN/vvru_2013_3_13
3. Річний звіт за 2016 рік Національної комісії з цінних паперів та фондового ринку [Електронний ресурс]. – Режим доступу: https://www.nssmc.gov.ua/wp-content/uploads/2017/07/zvit-komosii-2016-ukr-web.pdf
4. Українська асоціація інвестиційного бізнесу [Електронний ресурс]. – Режим доступу: http:// www.uaib.com.ua

Mutafchieva-Bakalova V.L.,
Doctor of Economics, Professor
Minkov T.Y.
Doctor of Economics, Chief assistant
University of National and World Economy - Sofia

ANALYSIS OF THE ACTIVITY OF SOFIA AIRPORT AND PERSPECTIVES FOR ITS DEVELOPMENT

Мутафчиева-Бакалова В.Л.,
д-р, професор
Минков Т.Й.
д-р, главен асистент
Университет за национално и световно стопанство - София

АНАЛИЗ НА ДЕЙНОСТТА НА ЛЕТИЩЕ СОФИЯ И ПЕРСПЕКТИВИ ПРЕД НЕГОВОТО РАЗВИТИЕ

The article reviews and analyzes the main indicators characterizing the activity of Sofia Airport, as number of serviced passengers, quantity of processed goods, take-off and landing airplanes. Additionally, the main directions for airport development are summarized.

Keywords: *airport, Sofia Airport, serviced passengers, airplanes.*

В статията са разгледани и анализирани основните показатели, характеризиращи дейността на Летище София, като брой обслужени пътници, количество обработени товари, излетели и кацнали самолети. Допълнително са представени и основните насоки за развитие на летището през следващите години.

Ключови думи: *летище, Летище София, обслужени пътници, самолети.*

Летищните комплекси в България функционират в съответствие с единните правила и стандарти на ЕС. Те представляват стратегически транспортни възли, които имат важно международно значение. Съгласно Закона за гражданското въздухоплаване у нас гражданските летища са публична държавна собственост. На територията на Република България има 11 граждански летища, от които 5 са със статут международни. Това са летищата София, Пловдив, Варна, Бургас, Горна Оряховица. Отделно от тях 6 на брой летища обслужват селскостопанската авиация.

Летище София има основно значение за обслужването на международните пътнически превози на страната. Същевременно то има важна роля във връзка с осъществяването на външнотърговския стокообмен, като осигурява обработването на редица стоки с висока стойност, бързоразвалящи се товари и др., които изискват бърза и качествена доставка.

Фигура 1. Обем на пътническите превози на Летище София
(Източник: Летище София)

Летище София е най-голямото летище на територията на страната. То разполага с два терминала, като първият е изграден през 2001 г., а вторият – през 2006 г. Терминал 1 има годишен капацитет в размер 1,8 млн. пътници, а Терминал 2 – съответно 2,6 млн. пътници. Летището има сключени договори с над 30 авиокомпании, които извършват полети по 45 направления.

Важно значение за дейността на летището има създаването през 2007 г. на фирмата „Луфтханза Техник София“, която осъществява ремонт и поддръжка на самолети и обслужва клиенти от Европа, Близкия Изток и Северна Африка.

В началото на 2013 г. е въведена в експлоатация нова контролна кула на РВД, както и модерна система за управление и контрол на наземното движение (A-SMGCS).

Над 100 авиационни оператора имат сключени договори за наземно обслужване с летището, а лицензираните наземни летищни оператори, които ги

обслужват и предлагат услуги на летище София, са 31 от общо лицензираните в страната 46 оператора.

Въз основа на конкретни данни може да се направи анализ на броя на обслужените пътници, обработеното количество товари и самолетодвиженията в летищния комплекс на столицата.

През 2016 година Летище София е обслужило 4 980 387 пътници. Налице е нарастване по този показател с 21,8 % спрямо 2015 г., когато са били обслужени 4 088 943 пътници. Въз основа на резултатите от годишния анализ на дейността на летище София може да се установи, че по международни редовни линии са пътували 93% от пътниците, 4% от тях са ползвали услугите по вътрешните линии, а 3% са били превозени чрез чартърни полети.

Фигура 2. Обем на товарните превози на Летище София

(Източник: Летище София)

Във връзка с превозените товари и поща през 2016 г. може да се отбележи, че те са в размер от 21 173 т, което показва нарастване с 13,1 % спрямо 2015 г., когато на летището са обработени 18 727 т товари.

През първите единадесет месеца на 2017 г. броят на преминалите пътници през двата терминала на летището е 6 000 477, което е със 1 492 111 пътника повече спрямо същия период на предходната година. Важно значение за значителното нарастване на пътникооборота на летището има дейността на нискотарифните авиокомпании. Товарооборотът е намалял леко, като през първите единадесет месеца на 2017 г. са били обработени 19 123 т товари, а през същия период на 2016 г. – 19 164 т товари.

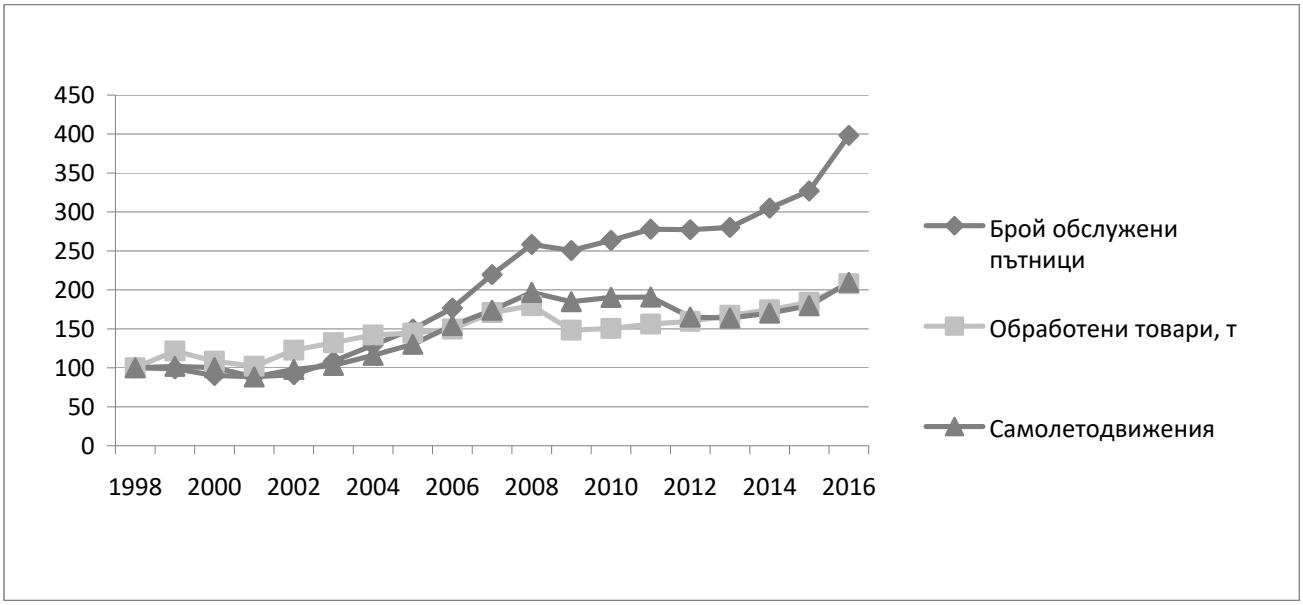
През 2016 г. самолетодвиженията (броят на излетелите и кацнали самолети) са 51 829 – с 16,7 % повече от регистрираните 44 416 през 2015 г. Непропорционалното нарастване на излитащите и кацащите самолети спрямо броя на обслужените пътници показва, че средният брой пътници, а

следователно и ефективността при използването на самолетите, нараства значително през последните няколко години.

Фигура 3. Преминали самолети през Летище София

(Източник: Летище София)

По-нататък могат да се проследят тенденциите при изменението на трите показателя от 1998 до 2016 г. За целта са изчислени съответни индекси при база 1998 г., която е приета за 100 % (фиг. 4).



Фигура 4. Динамика във водещите показатели за дейността на Летище София

Източник: ГД „ГВА”

През следващите години се очертава тенденция на нарастване както на пътникооборота, така и на товарооборота на Летище София, което налага изграждането на нов терминал. Необходима е и реконструкция и модернизация

на целия летищен комплекс с цел задоволяване на потребностите от пътнически и товарни превози. Сложността и глобализацията на логистичните дейности на летищата и необходимостта от тяхната интеграция стимулират предлагането на разнообразие от логистични услуги, което се отнася и за Летище София.[1]

Във връзка с това може да се отбележи, че се предвижда да бъде построен нов терминал на летището в София, който ще обслужва 5,5-6,5 млн. пътници годишно. Това ще доведе да увеличаване на пропускателната му способност по отношение на пътническия трафик, като се очаква тя да възлиза на около 8 млн. пътници за година.

В бъдеще е възможно и изграждането на терминал в летище Божурище, което има благоприятно местоположение, тъй като е разположено в близост до жп и пътна магистрала. Предвижда се и товарните полети да се обслужват от бившето военно летище в Доброславци, като се очаква през следващите години да се увеличава количеството на превозените товари по въздушен транспорт у нас. Във връзка с това може да се отбележи, че съществуват потенциални възможности за развитие на бившите военни летища, като например Кондофрей – „София-Запад“, което е реконструирано от фирма Sofia West Airport. Предвижда се летището да е спомагателно на софийското по отношение на товарните полети, чартърните туристически и нискотарифните полети. Летище „София-Запад“, както се предлага да бъде новото название на Кондофрей, е сравнително по-близо до туристическите дестинации, но може да обслужва и близките населени места.

От МТИТС е направена прогноза, че в летище София може да постигне увеличение на пътникооборота със 70-72 % за периода 2015-2020 г. Ако бъде изграден нов терминал, и реконструиран Терминал 1, може да се очаква още по-значително нарастване на пътникооборота и товарооборота на летището.

Във връзка с развитието на Летище София предстои отдаване на концесия. През 2016 г. Министерството на транспорта, информационните технологии и съобщенията предостави за одобрение в ЕК процедура за предоставяне на концесия на летище София. Предвижда се концесионерът да бъде определен чрез открита процедура. Минималните изисквания към участниците са да имат опит като летищен оператор на поне едно международно летище с пътникопоток, надхвърлящ 6 милиона пътници годишно; да разполагат с необходимото техническо оборудване, както и с квалифициран технически персонал; да имат опит при изграждането на летищна инфраструктура; както и да дадат надеждни гаранции за осигуряване на финансирането.

Срокът на концесията е 35 години. Бъдещият концесионер трябва да заплати минимално еднократно концесионно плащане, в размер не по-малък от 550 000 000 лева без ДДС. Други задължения на бъдещия концесионер са изпълняването на Бизнес предложение за опериране на летище София, което

[1] Rakovska, M. (2016). Characteristics of Logistics Outsourcing in Bulgaria: The Perspectives of the Logistics Service Providers and their Customers. *Logistics & Sustainable Transport*, 7(1), pp. 18-27. Retrieved 23 Nov. 2017, from doi:10.1515/jlst-2016-0002

включва и социална програма, както и предприемането на всички необходими мерки за сигурност на летището.

Очаква се за целия период на концесията ползите за държавата да бъдат за над 1,2 милиарда лева, като предварителните анализи показват, че инвестиции на бъдещия концесионер ще имат добра възвращаемост.

Необходимо е увеличаване на капацитета на пистовите системи и на площтта, както и усъвършенстване на генералния план за развитие на летището.

Същевременно е необходимо разработване и прилагане на конкретни мерки, които, от една страна, да доведат до повишаване ефективността от дейността на летищния комплекс в София, а от друга, да доведат до увеличаване обема на товарните и пътническите превози по въздушния транспорт у нас.

Литература:

1. Алексиева, С., Развитие и усъвършенстване на летищната инфраструктура на България в условията на европейската интеграция, С.,2011.
2. Бакалова, В., Хр. Николова, Икономика на транспорта, С., УИ „Стопанство“, 2010.
3. Даковски, Цв., Тодор., Ст, Георгиева., Ел., Железопътна естакада до летище София, УАСГ, София, 2008 г.
4. Николова, Хр., Въздушният транспорт в България – анализ и оценка на развитието, С., ИК УНСС, 2017.
5. Стратегия за развитие на транспортната система на Р България до 2020 г., МТИТС, С., 2010.
6. Rakovska, M. (2016). Characteristics of Logistics Outsourcing in Bulgaria: The Perspectives of the Logistics Service Providers and their Customers. Logistics & Sustainable Transport, 7(1), pp. 18-27. Retrieved 23 Nov. 2017, from doi:10.1515/jlst-2016-0002

Tokhtamysh N. I.,
Senior Lecturer
Horkovliuk D.Y.
student
Kharkiv National University of radioelectronics, Kharkiv, Ukraine

PROBLEMS OF ECONOMIC DEVELOPMENT IN UKRAINE

Тохтамыш Н.И.,
старший преподаватель
Горковлюк Д.Ю.
студент
Харьковский национальный университет радиоэлектроники, Харьков, Украина

ОСОБЕННОСТИ ПОТРЕБЛЕНИЯ В УСЛОВИЯХ РЫНОЧНОЙ ТРАНСФОРМАЦИИ

The purpose of the study is to examine the behavior of consumers in the environments of market transformation, the consumer basket, as well as the definition of motivations that direct consumer preferences in the procurement of various goods and services.

Key words: *market transformation, consumer basket, conditions of needs awareness, patterns of consumer behavior.*

Целью исследования является изучение особенностей поведения потребителей в условиях трансформации рынка, потребительской корзины, а так же определение мотивов, что направляют предпочтения потребителя в приобретении различных товаров и услуг.

Ключевые слова: *трансформация рынка, потребительская корзина, условия осознания потребностей, закономерности поведения потребителя.*

Вопросами анализа поведения потребителя в условиях рыночной трансформации занимались: И. Алешин, Р. Блекуелл, В. Ворон, О. Донченко, Д. Енджел, А. Зависляк, О. Зозулёв, Р. Колядюка, Д. Мейсон, В. Пилипенко, П. Миниард, В. Тарасенко, Р. Шульга, Л. Пан, В. Захарченко, И. Гут, Л. Чернюк, В. Ильчук, В. Кардаш, О. Шафалюк, Б. Буркинский и др. Поведение потребителей определяется как действия, предпринимаемые людьми при приобретении, потреблении товаров и услуг и избавлении от них [1].

Поведение потребителей помогает формулировать государственную политику. Организации и частные лица, связанные с государственной политикой, должны учитывать потребности потребителей при формировании политики по вопросам экономики. Сегодняшняя экономическая ситуация является причиной бедности большей части населения Украины, что, в свою очередь, предопределяет покупку дешевых товаров, в приоритете предметы первой необходимости, техника, одежда [2]. Определенно, что глобализация экономических процессов, рост информационной нагрузки на личность, ускорение инновационного развития, повышение динамических рынков сбыта продукции, привели к изменениям в моделях поведения потребителей, модификации их когнитивных механизмов, трансформации системы потребностей [3].

Для того, чтобы понять принцип поведения потребителей в условиях рыночной трансформации, необходимо знать фундаментальные принципы поведения потребителей, а так же уметь их анализировать, для этого применяют 3 основных этапа анализа:

- Акцентированный на процесс принятия решения потребителем (Потребителя рассматривают как человека, что делает обоснованный выбор);
- Экспериментальный (Потребитель не всегда делает рациональный выбор, им руководствуют эмоции, чувства, мысли и другие факторы);
- Акцентированный на анализ влияния разнонаправленных внутренних и внешних факторов [4].

Поведение - это серия взаимосвязанных социальных актов. Поведение потребителя включает в себя и осознание собственных потребностей и интересов, и выбор покупки, и торг, и использование купленного, и многократное повторение этого цикла применительно к разным товарам и в разное время. Поведение потребителя содержит в себе, по определению, обозначение места действия: рынка товаров и услуг.

Ученые пришли к выводу, что такая категория людей, как лидеры общественного мнения выступает своеобразным мотиватором. Мнения лидеров данного типа являются определяющими в формировании мотивационного поведения многих индивидов как потребителей.[5]

Учитывая тот фактор, что потребитель руководствуется мнением лидеров, на него также будут влиять такие факторы, как: факторы внешней среды (социально-экономические факторы, культурные факторы, социальные классы, референтные группы, семья, индивидуальное влияние); личностные факторы (демографические факторы, род занятий, жилищные условия, стиль жизни); атрибуты товара (качество, материал, цена, цвет, дизайн, функциональность) [6]

Таблица 1

Условия осознания потребностей

Условия	Тип условия	Описание
Изменение обстоятельств	Изменение в финансах	Положительные изменения ведут к приобретению прежде не запланированных вещей, предметов роскоши. Уменьшение дохода, наоборот, приводит к сокращению расходов, возможно, даже с приоритетом потребностей перед желаниями.
	Изменение в потребностях	Возникают в течение жизни под влиянием возрастных изменений, изменений семейного статуса, численности семьи и т.д.
	Изменение в желаниях	Желание не к области необходимого, но обусловлены жизненным циклом. Появление новых желаний зависит от физиологического состояния организма, социальных факторов, таких как увеличение возможностей, мода, нормы, приемлемые в среде сверстников.
Исчерпание запасов	-	Расходование всех приобретенных благ.
Неудовлетворенность продуктом	-	Потребитель не удовлетворен способностью продукта выполнять свои функции. К осознанию необходимости в этом случае подталкивают социальные нормы.
Маркетинговое влияние	-	Направлены на приведение потребителя к осознанию разрыва между желаемым и имеющимся состояниями и к осуществлению соответствующих шагов для устранения этого разрыва.
Необходимость в сопутствующих товарах	-	К такому осознанию может привести приобретение определенного товара.

При этом важно понимать, какие существуют условия для осознания потребностей. Сам потребитель часто ошибается в том, под. каким воздействием у него возникают те или иные потребности. Поэтому их разделяют на 5 основных групп. Условия осознания потребностей приведены в таблице 1.

Потребитель в условиях постоянной трансформации рынка должен проявлять хорошую гибкость, так как ценообразование на рынке колеблется, как и доход потребителя. В то же время, один из мотиваторов, которым является компания-производитель, стимулируя некие потребности, может усиливать мотивацию потребителей. Определенным потенциалом для мотивирования потребителей обладают и повышающие воспринимаемый риск или пробуждающие любопытство рекламные обращения.

В результате постоянной трансформации рынка, Украина сейчас переживает период кризиса. Для выживания в условиях кризиса и развития руководству предприятия необходимо точное понимание поведения потребителя: при каких условиях приобретает товары, по какому принципу, и так далее. Наука о поведении потребителей в современных условиях приобретает особенную актуальность. Изучение поведения потребителей предусматривает исследования процессов, которые происходят, когда индивидуум или группы выбирают и покупают товары или услуги, пользуются ими и избавляются от них с целью удовлетворения своих потребностей и желаний[7]. Исходя из этой ситуации, необходимо вывести закономерность поведения потребителя в кризисный период:

1. В нестабильной экономической ситуации поведение потребителя неустойчиво и изменчиво;
2. Потребитель чаще обращает внимание на товары с пониженной ценой и как правило покупает их;
3. В случае повышения курса доллара, потребитель может отдать предпочтение товарам отечественного товаропроизводителя, так как эти предприятия будут использовать ресурсы своей страны, которые дешевле;
4. Потребитель становиться требовательней, так как растет количество конкурирующих товаропроизводителей, но при этом он хочет купить товар высокого качества по более низкой цене.
5. Потребителя в целях экономии привлекают бонусные карточки, акции, скидки, бесплатные консультации;
6. Потребитель ищет новые места покупок привычных товаров и услуг;
7. Снижение потребление отдельных видов товара;
8. Покупка большими объемами.

Исходя из рассмотренных фундаментальных принципов поведения потребителей на рынке благ, а так же их анализа, выявлены особенности поведения потребителей в условиях трансформации рынка, определены мотивы, которые направляют предпочтения покупателя в приобретении различных товаров и услуг. Выявленные закономерности необходимо учитывать при формировании экономической политики государства для

стимулирования потребительского спроса, как необходимо условия подъема экономики.

Література:

1. Блэкуэлл Р., Миниард П.,Энджел Дж. Поведение потребителей. /10-е издание СПб. Питер. - 2007.- С. – 35.
2. Щерба О.І. Гендерний аспект реклами / Вісник Харківського національного університету ім. В.Н.Каразіна. / Соціологічні дослідження сучасного суспільства: методологія, теорія, методи. – 2002. – № 543. – С. 193–196.
3. Пан Л.В, Абрамович О.К. Комплекс маркетингу та його роль в умовах комунікаційної ери маркетингу /Л.В. Пан, Л.В, О.К. Абрамович, Економіка Криму. -2008. - № 25. - С. 33-36.
4. Страшинська Л.В. Поведінка споживачів / Конспект лекцій для студентів спец. 7.050108 «Маркетинг» усіх форм навчання. /ЕКОМЕН.- 2010.- С. 4, С. 40-41
5. Щерба О.И. Факторы внешнего воздействия при формировании потребительского поведения индивида / Шаг в будущее. Тезисы докладов II Всеукраинской научно-практической конференции студентов, аспирантов и молодых ученых. - Киев: Политехника, 2002. - С. 297-298.
6. Абрамович О.К. Збалансована система показників як інструмент стратегічного управління в рамках концепції холістичного маркетигу / О.К. Абрамович Экономика Крыма. - Симферополь, 2009. - № 28. - С. 23-28.
7. Ларіна Я.С. Поведінка споживача /Я.С. Ларіна, А.В. Рябчик. – К. Академвидав, 2014. С. 10.

Shnaider Dmytro

Postgraduate

National Scientific Center "Institute of Agricultural Economics" (Ukraine, Kyiv)

THE MANAGEMENT OF LAND RESOURCES IN CONTEXT FORMATION OF UNITED TERRITORIAL COMMUNITY

Шнайдер Д.М.

аспірант

Національний науковий центр «Інститут аграрної економіки» (Україна, Київ)

УПРАВЛІННЯ ЗЕМЕЛЬНИМИ РЕСУРСАМИ У КОНТЕКСТІ ФОРМУВАННЯ ОБ'ЄДНАНИХ ТЕРИТОРІАЛЬНИХ ГРОМАД

The article deals of problems the land resources management in the conditions of decentralization of power and strengthening of economic capacity of territorial communities. A series of measures on the management of state and communal lands of agricultural purpose, aimed at ensuring efficient and rational use of land within the territories of communities are proposed.

Key words: *territorial planning, state administration, land relations, land protection, land reform, decentralization, territorial communities.*

У статті висвітлено проблеми управління земельними ресурсами в умовах децентралізації влади та посилення економічної спроможності територіальних громад. Запропоновано низку заходів з управління державними та комунальними землями сільськогосподарського призначення, орієнтовані на забезпечення ефективного і раціонального використання земель в межах територій громад.

Ключові слова: *територіальне планування, державне управління, земельні відносини, охорона земель, земельна реформа, децентралізація, територіальні громади.*

Відповідно до Концепції реформування місцевого самоврядування та територіальної організації влади в Україні (2014 р.) [1] та Єдиної комплексної стратегії розвитку сільського господарства та сільських територій на 2015-2020 рр. [2] пріоритетними заходами в найближчій перспективі передбачено необхідність законодавчого врегулювання та передачі у комунальну власність земель державної власності, розташованих за межами населених пунктів, крім тих, на яких розташовані об'єкти державної власності.

Очевидно, що рішення про розпорядження і використання та охорону земель мають прийматися на основі планувальної землевпорядної документації, яка враховує містобудівні вимоги та потреби, визначені містобудівною документацією [3, 6]. Однак, за відсутності останньої, раціональне та ефективне використання земельних ресурсів забезпечити практично неможливо. Очевидно, що така ситуація не сприяє сталому розвитку громад на новій територіальній основі.

Разом з тим, станом на 20 грудня 2017 р. в Україні створено 696 громад об'єднаних територіальних громад. Вони покривають понад чверть території України, але їх повноваження у питаннях управління землями на території громади не визначені законодавством. Відсутні практика і досвід підготовки землевпорядної документації для території ОТГ і планів (стратегії) управління землями об'єднаної громади (громад).

Обмеження «земельної» юрисдикції органів місцевого самоврядування лише межами населених пунктів невиправдано ускладнює розвиток громад, зменшує матеріальну основу місцевого самоврядування [4, 5]. Розпорошення повноважень із розпорядження землями, розташованими за межами населених пунктів між численними органами виконавчої влади, які здебільшого територіально розташовані у обласних центрах не сприяє сільському розвитку.

Тому нині досить гостро постало питання про зміну вказаної ситуації і передачу об'єднаним територіальним громадам у комунальну власність земель державної власності, розташованих за межами населених пунктів (крім тих, на яких розташовані об'єкти державної власності). Поряд з цим, необхідно на місцевому рівні впровадити практичні заходи з управління в галузі використання державних та комунальних сільськогосподарських земель, які будуть орієнтовані на забезпечення ефективного і раціонального використання земель в межах територій громад.

Це вимагає реалізації наступних заходів:

1) забезпечити розробку, громадське обговорення та ухвалення (на рівні об'єднаних територіальних громад) документації із землеустрою, яка б передбачала:

- формування (визначення місця розташування) меж територій громад;
- визначення меж територій природно-заповідного фонду та іншого природоохоронного призначення, оздоровчого, рекреаційного, історико-культурного, лісогосподарського призначення, земель водного фонду та водоохоронних зон, обмежень у використанні земель та їх режимоутворюючих об'єктів;

- визначення земельних ділянок, які доцільно і необхідно залишити у власності держави, у тому числі постійного користування, відомості про які потребують внесення до Державного земельного кадастру;

- визначення земельних ділянок, які доцільно і необхідно передати у комунальну власність;

- враховуючи зменшення кількості вільних земель державної власності, визначення і оприлюднення переліку земельних ділянок, які можна безоплатно передати у приватну власність відповідно до поданих заяв;

- визначення земельних ділянок державної власності для оренди та ділянок для можливого відчуження через аукціони;

2) забезпечити оприлюднення і вільний доступ до зазначеної інформації та документації із землеустрою щодо державних і комунальних земель за допомогою публічної кадастрової карти.

Ці заходи сприятимуть передачі земель у комунальну власність та формуванню меж об'єднаних територіальних громад й адміністративно-територіальних утворень, що нерозривно пов'язано між собою і визначає територію громади.

Крім того, такий підхід може значно прискорити реєстрацію меж територій громад та земельних ділянок комунальної власності в Державному земельному кадастрі, а прав на земельні ділянки – у Реєстрі речових прав на нерухоме майно.

Необхідність впровадження даних заходів диктується необхідністю уникнути проблем, пов'язаних із відсутністю встановлених в натурі меж населених пунктів і територій громад, а також недостатнім кадровим, інформаційним та технічним забезпечення рад, в першу чергу сільських і селищних для ефективного виконання ними повноважень із адміністрування, управління й розпорядженнями землями.

В нинішніх умовах громади так і не отримали необхідних для повноцінного їх розвитку повноважень, як наслідок, недоотримують податки, не мають повноцінних інструментів для створення умов щодо економічного розвитку і залучення інвестицій.

Висновки. Відсторонення місцевого самоврядування на відповідних територіях (визначених статтею 130 Земельного кодексу України) від здійснення земельної реформи, вдосконалення земельних відносин, розподілу земель за цільовим призначенням з урахуванням державних, громадських та приватних інтересів, формування раціональної системи землеволодіння і землекористування, створення екологічно сталих агроландшафтів, привело до погіршення якості та доступності публічних послуг внаслідок ресурсної неспроможності здійснювати власні і делеговані повноваження переважною більшості органів місцевого самоврядування.

Встановлено, що законодавство України з питань планування територій, використання та охорони земель, визначення меж об'єднаних територіальних громад і адміністративно-територіальних утворень потребує вдосконалення, уніфікації та спрощення. На практиці це означатиме можливість/необхідність впровадження однієї простої, зрозумілої для громадськості і практичної в

користуванні документації із землеустрою щодо управління земельними ресурсами на території об'єднаної територіальної громади, розробка якої не потребуватиме багато коштів та часу.

Обґрунтовано, що такий підхід має визначати межі територіальної громади, територій з особливим природоохоронним, рекреаційним і заповідним режимами та забезпечувати прогнозування, планування, організацію раціонального використання та охорони земель на місцевому рівні, зокрема визначення в межах території громади перспективи щодо використання та охорони земель, для підготовки обґрунтованих пропозицій у галузі земельних відносин, перерозподілу земель з урахуванням потреби сільського, лісового та водного господарств, розвитку сіл, селищ, міст, територій оздоровчого, рекреаційного, історико-культурного призначення, природно-заповідного фонду та іншого природоохоронного призначення тощо.

В цілому, це сприятиме забезпеченню сталого розвитку територій об'єднаних громад, зокрема, забезпечить можливості щодо охорони, планування, забудови та іншого використання земель не лише в межах населених пунктів, але й усіх наявних земельних ділянок в межах території громади, створить умови для більш ефективного використання земельних ресурсів, у тому числі й шляхом розвитку аграрного виробництва, економічного зростання і залучення інвестицій, а також активізації громад і розвитку села.

Література:

1. Про схвалення Концепції реформування місцевого самоврядування та територіальної організації влади в Україні. – Електронний ресурс. – Режим доступу : http://zakon2.rada.gov.ua/laws/show/333-2014-%D1%80.
2. Єдина комплексна стратегія розвитку сільського господарства та сільських територій на 2015-2020 роки. – Електронний ресурс. – Режим доступу : http://minagro.gov.ua/node/16025.
3. Третяк А.М. Територіальне планування землекористування в контексті формування фінансової стійкості об'єднаних територіальних громад / А.М. Третяк, В.М. Третяк, Т.М. Прядка, Н.А. Третяк // Землеустрій, кадастр і моніторинг земель. - 2017. - № 1. - С. 21-27.
4. Розвиток земельних відносин в аграрній сфері : монографія / [Федоров М. М., Месель-Веселяк В. Я., Ходаківська О. В. та ін.] ; за ред. Лупенка Ю.О., Ходаківської О. В. – К. : ННЦ «ІАЕ», 2016. – 430 с.
5. Лупенко Ю.О. Наукові засади запровадження ринкового обігу земель сільськогосподарського призначення / Ю. О. Лупенко, О. В. Ходаківська // Економіка АПК. - 2016. - № 12. - С. 5-15.
6. Територіальна громада як базова ланка адміністративно-територіального устрою України : проблеми та перспективи реформування. – А. П. Павлюк – К.: НІСД, 2016. − 61 с.

2. WORLD ECONOMY

Prokopets Liudmyla,
PhD, assistant of department of economy of enterprise and management a personnel
Belinsky Julia
Student
Yuriy Fedkovych Chernivtsi National University (Ukraine, Chernivtsi)

DOCUMENTATION - EXPERIENCE OF FOREIGN COUNTRIES

Прокопець Л.В.
к.е.н., асистент кафедри економіки підприємства та управління персоналом,
Белінська Ю.О.
студентка,
Чернівецький національний університет імені Юрія Федьковича

ДІЛОВОДСТВО – ДОСВІД ЗАКОРДОННИХ КРАЇН

The article deals with the theoretical foundations of document science, role and significance for society. Foreign experience in document science is considered.

Key words: *paperwork, documenting, document, management, circulation of documents, documentation providing.*

У статті висвітлено теоретичні аспекти діловодства, роль та значення для суспільства. Розглянуто закордонний досвід в документознавстві.

Ключові слова: *діловодство, документування, документ, управління, документообіг, документаційне забезпечення.*

Сучасний діловий світ неможливо уявити без потужних потоків інформації, що найчастіше оформлена документально. За роки незалежності організація діловодства в Україні зазнала кардинальних змін, що зумовлено процесами державотворення, формуванням власної законодавчої бази, впровадженням новітніх інформаційних технологій, впливом міжнародного досвіду з керування документацією тощо.

Будь-який орган державної влади у процесі своєї діяльності тією чи іншою мірою має справу з документами, їх підготовкою, прийняттям, зберіганням, виконанням тощо. У документах відображається їх багатогранна управлінська діяльність. Однією з форм роботи з документами є діловодство.

Під діловодством розуміють діяльність апарату управління підприємства, що охоплює питання документування та організації роботи з документами в процесі здійснення ним управлінських функцій.

Суб’єктами документаційного забезпечення управління є органи державної влади, місцевого самоврядування, підприємства, установи та організації незалежно від форми власності, об’єднання громадян, фізичні особи, які здійснюють документування та організацію роботи з документами.

Передумови розвитку документознавства почали складатися ще в XIX столітті, в першій половині XX ст. з розвитком масштабного машинного виробництва у промисловому сегменті, успішні досліди раціоналізації сільського господарства, поглиблення спеціалізації торгівлі, механізація транспорту, масові міграційні процеси, у т. ч. й урбанізація, демографічний

вибух (1860-1914 рр.). Через нові види завдань, які постали перед державою, ускладнюються управлінські механізми, процеси, розширюється бюрократичний апарат, що відіграє важливу роль у забезпеченні повсякденної діяльності влади [1].

Особливим етапом розвитку українського документознавства стали 1990-2000-і роки. Розпад Радянського Союзу прямо й опосередковано зруйнував радянську модель організації та функціонування науки. За нових обставин відбувається потужний розвиток документознавства як наукової та навчальної дисципліни, однак система ведення українського діловодства є дещо застарілою, і тому для її вдосконалення було б доцільно перейняти досвід із зарубіжних країн.

Проблематика закордонного досвіду в документознавстві, в тому числі й у діловодстві, розглядається у наукових працях українських дослідників І. Антоненко, В. Бездрабко, О. Загорецької, С. Кулешова, Ю. Палехи, М. Слободяника. На розвиток національної термінології вплинули погляди радянських учених В.Д. Банасюкевича, М.В. Ларіна, А.М. Сокової, Ю.М. Столярова та інших.

Оскільки Україна інтегрує до світового інформаційного простору, незаперечним є факт впливу зарубіжного понятійного апарату діловодства. Окреслена проблема знайшла детальне вивчення у публікаціях І.Є. Антоненко. Окремим аспектом дослідник виділяє проблему певного відставання вітчизняної теоретичної та методичної бази від потреб сучасної організації роботи зі службовими документами. І.Є. Антоненко уперше в українському документознавстві дослідила понятійний апарат, законодавчу й нормативну бази, особливості та проблеми діловодства за кордоном на різних етапах його розвитку впродовж другої половини XX – початку XXI ст. У дослідженні на основі міжнародних словників та стандартів, теоретичних праць і методичних посібників, розроблених міжнародними та національними фаховими організаціями, було виокремлено базові поняття й групи термінів зі сфери діловодства і документації. На основі проаналізованого матеріалу І.Є. Антоненко дійшла висновку, що «у вітчизняному національному стандарті» є близькі, однак не тотожні з зарубіжними, терміни зі сфери управлінського діловодства [2].

Системне узагальнююче дослідження історії виникнення документування та діловодства з давніх часів і закінчуючи сьогоденням у взаємозв'язку з історією державності спочатку первісних держав, а потім Русі й України висвітлили у своїй праці Ю.І. Палеха та Н.О. Леміш. При цьому автори намагались відштовхуватися від тих систем державного управління, що історично складалися як етапи зародження, становлення й розвитку державотворчих процесів, у тому числі й на українських територіях, які у різні історичні періоди знаходилися в складі інших держав[3].

Вирішення проблем управління документацією у сучасний період розвитку діловодства в розвинутих країнах характеризується поступовим переходом до закріплення інформації на електронних носіях інформації, що пов’язано з автоматизацією діловодства, яке розвивалося протягом 1960 – 1980

років разом з еволюцією електронно-обчислювальної техніки. Унаслідок цього виникли інтегровані діалогові автоматизовані системи документаційного забезпечення управління, які постійно вдосконалюються.

Починаючи з середини 90-х забезпечення електронного документообігу здійснюється, зокрема, з урахуванням застосування як реквізиту електронних документів про електронних підписів як засобу посвідчення дійсності (авторства), автентичності і цілісності електронних документів [4].

Сьогодні у світовій практиці історично склалися три моделі правого регулювання у сфері електронного документообігу і електронних підписів.

Перша модель була прийнята у США. Уряд США надає право громадянам та юридичним особам самостійно регулювати внутрішні процеси у сфері електронної комерції. Ця модель полягає в концепції свободи підписання контракту і видів використання конкретної інформаційно-комп'ютерної технології.

Друга модель прийнята у Європейському Союзі. Базовий принцип відповідної Директиви про електронний підпис – система ліцензування повинна бути обов'язковою. Кожна країна – член Євросоюзу може створювати структури, які регулюють процес добровільного ліцензування, для того, щоб сформувати у клієнтів чи потенційних ділових партнерів авторитет і до організації, що надає послуги в сферу застосування електронних підписів.

Третя модель прийнята в Росії та Індії, де закони щодо електронного підпису жорстко регулюють ринок послуг у цій сфері шляхом ліцензування діяльності з надання таких послуг. Базовий принцип моделі – визнання електронного підпису необхідним і дієвим процесом. Цей підхід позбавлений достатньої гнучкості та практично неспроможний своєчасно реагувати на мінливі умови і механізми розвитку інформаційної діяльності [5].

США – одна з країн, яка найактивніше трансформує свою систему керуванням інформаційним суспільством, і економікою.

Відповідно до Закону «Про ліквідацію паперового документообігу у державних органах» федеральні органи перейшли на електронну форму ведення документообігу й забезпечують доступ громадян до електронних документів.

Державні органи повинні чітко аналізувати документацію з позицій вимог, що висуваються до неї законодавством, вирішують питання про можливість заміни паперових документів електронними. У виключних випадках допускається, що окремі види документів можуть бути лише на паперових носіях.

Також у США створена найбільш завершена система взаємодії державних органів щодо забезпечення інформаційної безпеки.

В Англії діє експериментальна Програма електронного документообігу (Electronic Working Pilot Scheme) з 2009 р. на базі Адміралтейського (морського), Торгового судів, Лондонського промислового і торгового суду при Королівському суді (Commertial and London Mercantile Courts at the Royal Court of Justice (RCJ)). Порядок її використання регламентується Правилами цивільного судочинства Англії (Civil Procedure Rules, 1998). Подальший

документообіг також відбувається в електронному вигляді. Крім веб-сайту суду, можна користуватися електронними скриньками, надсилати документи в електронному вигляді на CD- або DVD-дисках. Проте електронна форма подачі позову до суду в США та Англії не є обов'язковою [6].

У Франції 13 березня 2000 року уряд ухвалив Закон, який стосується форми і доказової сили договорів. Зміни спрямовані на створення спільних правил, дозволяють зрівняти юридичну силу електронних документів і підписів з власноручною формою в усіх галузях правовідносин.

Отже, більшість закордонних країн перейшли на електронну форму ведення діловодства, що характеризується відповідним рівнем розвитку та модернізацією.

Актуальним залишаються питання застосування електронного діловодства в Україні, які знаходяться в стані розвитку та вдосконалення, потребують детального вивчення міжнародного досвіду застосування електронних технологій з урахуванням специфіки вирішуваних справ. Ця тема вимагає подальших досліджень, оскільки питання, пов'язані із застосуванням інформаційно-комунікаційних технологій, в України недостатньо досліджувалися, зокрема на документознавчому рівні, незважаючи на безперечну важливість, практичну значимість, зростаючу актуальність і перспективність даної проблеми.

Література:

1. Прокопець Л.В. Діловодство як складова управлінської діяльності / Л.В.Прокопець // Економіка і держава. – 2017. – №4. – С. 61–63.
2. Антоненко І.Є. Керування документацією за кордоном: історія, законодавство, теоретичні основи та технології : автореф. дис. ... канд. іст. наук: 07.00.10 / І.Є. Антоненко ; Державний комітет архівів України; УНДІАСД. – К., 2005. – 20 с.
3. Палеха Ю.І., Леміш Н.О. Історія діловодства. – Вид. «Ліра-К». – 2011. – 328 с.
4. Бездрабко В. В. Управлінське документознавство : навч. посіб. / В.В. Бездрабко. – К., 2006. – С. 119–136.
5. Ларін М.В. Управління документацією: теорія і практика / М.В. Ларін // Діловод. – 2001. – № 1. – С.7–10.
6. Національний стандарт України ДСТУ 4423–2 : 2005 «Інформація та документація. Керування документаційними процесами. Ч. 2. Настанови (ISO / TR 15489-2 :2001, MOD)». – Чинний із 01.04.2005. – К. : Держспоживстандарт України, 2007. – 44 с.

3. ENTERPRISES ECONOMICS AND MANAGEMENT

Blaga V. V.,
Candidate of Economic Science, associate professor
Velmozhnaya Y. L.,
student
Tkach I. S.
student
Kharkiv National Automobile and Highway University

BACKLOGS OF INCREASE OF ECOLOGICAL AND ECONOMIC POTENTIAL OF REGION

Блага В. В.
к.е.н., доцент
Вельможна Ю. Л.
студент
Ткач І. С.
студент
Харківський національний автомобільно-дорожній університет

РЕЗЕРВИ ЗБІЛЬШЕННЯ ЕКОЛОГО-ЕКОНОМІЧНОГО ПОТЕНЦІАЛУ РЕГІОНУ

In this article economic component categories are investigational "backlogs the increases of ecological and economic potential of region", distinguished him the constituents analyzed different going near his estimation and use in a region. Development of practical recommendations is in relation to realization of complex estimation of backlogs of increase of ecological and economic potential of region.

Keywords: *potential, ecological and economic potential, potential of development of region, methodology.*

В статті досліджено економічні складові категорії «резерви збільшення еколого-економічного потенціалу регіону», виділені його складові, проаналізовані різні підходи до його оцінки та використання в регіоні. Розроблені практичні рекомендації щодо проведення комплексної оцінки резервів збільшення еколого-економічного потенціалу регіону.

Ключові слова: *потенціал, еколого-економічний потенціал, потенціал розвитку регіону, методологія.*

Еколого-економічний потенціал як економічна категорія відображає ускладнені, багатоаспектні, агреговані та консолідовані процеси, взаємозв'язку і відносини. В силу цієї багатогранності і складності категорія досліджена недостатньо, і не розглядається як об'єкт і предмет самостійного, цілеспрямованого і системного дослідження. Таким чином, в даний час особливої актуальності набуває проблема комплексної оцінки і прогнозування потенційних можливостей і ресурсів регіону з метою їх більш ефективного використання та розподілу. Оскільки застосовується інструментарій економічної оцінки факторів далекий від досконалості, в даний час виникла необхідність в новому підході до вивчення проблем оцінки і підвищення ефективності використання еколого-економічного потенціалу регіону.

Метою дослідження є розвиток теоретичних підходів, методичних основ, а також розробка практичних рекомендацій щодо проведення комплексної оцінки резервів збільшення еколого-економічного потенціалу регіону.

В даний момент все більш вагомою залишається завдання визначення перспектив еколого-економічного розвитку регіону, вирішення якої потребує розробки нових підходів до визначення сутності, структури, методів оцінки еколого-економічного потенціалу. Величина еколого-економічного потенціалу регіону характеризує рівень розвитку продуктивних сил, визначає конкурентоспроможність, ступінь капіталізації підприємств. Виходячи з того, що весь еколого-економічний потенціал регіону може бути розділений на складові: фінансовий, виробничий (матеріально-речовий, а саме: будівлі, споруди, машини, обладнання, транспортні засоби), трудовий і природний. На глобальному (міжнародному) рівні окремі автори називають ще й соціальний потенціал (капітал), що відображає роль сильного громадянського суспільства, регульованого системою добровільних горизонтальних асоціацій (на противагу ієрархічним вертикальним асоціаціям). Потенціал сталого розвитку передбачає ефективне функціонування всіх перерахованих вище складових в комплексі. Однак найбільш важливими, базовими компонентами потенціалу сталого розвитку є людський і природно-ресурсний потенціал, економічне обґрунтування та оцінка яких вимагає в сучасних умовах особливої уваги [1].

Першочергова роль цих складових потенціалу стійкості еколого-економічної системи регіону визначається, по-перше, тим, що саме від розвитку творчого потенціалу трудових ресурсів і від забезпеченості регіону природно-ресурсним потенціалом, в кінцевому рахунку, залежить ступінь еколого-економічної збалансованості, оскільки ці чинники об'єктивно є найбільш обмеженими і найменш мобільними. Справді, наявність природних ресурсів, не поновлюваного типу, обмежена виключно з об'єктивних причин, наприклад, родовища нафти в регіоні або є, або їх немає, і штучно створити їх неможливо [2]. Наявність же кваліфікованих працівників в необхідній кількості, у своїй першооснові, обмежується проблемою народжуваності в регіоні, яка в умовах економіко-екологічної кризи ускладняється і загострюється. По-друге, з точки зору еколого-економічної взаємодії саме людина і природне середовище стають об'єктами негативного впливу результатів виробничо-господарської діяльності, і в зв'язку з цим наукове обґрунтування рівня цього впливу, підрахунки економічних витрат, необхідних для відновлення робочої сили та навколишнього природного середовища є завданнями першорядної важливості при розробці та реалізації концептуальних основ сталого розвитку регіону. До сих пір багато економістів припускають, що основою національного багатства є так званий фізичний капітал («накопичені матеріально-речові фонди»), а природно-ресурсний фактор при оцінці національного багатства практично не береться до уваги. Однак реальне життя свідчить про зворотне. Так, економічні розрахунки, свідчать про те, що на частку фізичного капіталу припадає в середньому лише 16% всього обсягу національних багатств, найбільшу величину становить людський капітал - 64%. Переважання людського потенціалу особливо помітно в країнах з високим рівнем доходу. У деяких країнах (Німеччина, Японія, Швеція) частка людського капіталу доходить до 80% [3]. Україні властива наступна структура багатства країни: 19% - людський капітал, 12% - фізичний капітал, 69% - природний капітал. Національне

багатство розподілене на території країни вкрай нерівномірно, що пов'язано з об'єктивними регіональними особливостями країни, проте реальні оцінки розподілу багатства по регіонах практично відсутні. Наведені вище дані свідчать про те, що існувала довгий час недооцінка ролі людських і природних ресурсів у формуванні економічного потенціалу територій при збереженні подібного підходу призведе до неадекватності управлінських рішень, до неправильної розстановці акцентів при виборі пріоритетів економічного розвитку. У міжнародній практиці можна знайти різні приклади практичного використання природно-ресурсного потенціалу. Так, зокрема, відомий негативний досвід Індії, де після набуття незалежності намагалися вирішити проблеми підвищення рівня життя людей за рахунок масового розпродажу природних багатств, які не супроводжуючи її інвестиціями в розвиток людського потенціалу, а витрачаючи гроші переважно на покупку імпортних товарів, який привів до фактично повного виснаження природних ресурсів. А в результаті події виснаження припинилися іноземні інвестиції, зросло безробіття, різко знизився рівень життя, іншими словами - склалася кризова ситуація. В кінцевому підсумку, держава в даний час змушена розробляти програми соціально-економічної підтримки населення аж до програми переселення, на виконання яких знову ж таки не вистачає фінансових коштів [4]. Альтернативний варіант використання природних ресурсів, який слід виділити в якості позитивного досвіду, характерний для найбільш розвинутих арабських країн, де величезні кошти від продажу нафти вкладаються в освіту, науку і розвиток новітніх технологій, що забезпечить цим країнам сталий розвиток в майбутньому, коли будуть закінчуватися запаси нафти. Подібної практики в останні роки дотримується Бразилія, Мексика і ряд інших латиноамериканських країн. На жаль, вітчизняний досвід поки більше нагадує перший варіант використання еколого-економічного потенціалу. У зв'язку з цим, з огляду на негативні наслідки такого варіанту розвитку, необхідно заздалегідь прогнозувати ситуацію і будувати державну економічну і екологічну політику з урахуванням вищевикладених закономірностей. Економічна оцінка потенціалу стійкості повинна включати вивчення комплексу проблем, що включає питання рівня забезпеченості, розподілу і визначення кількісних і якісних параметрів споживання природних ресурсів [5]. Зараз в економічній літературі публікують різноманітні оцінки природно-ресурсного потенціалу, що свідчить про відсутність єдиної методики і недосконалість методологічних підходів вартісних оцінок елементів національного багатства. Для підвищення економічного потенціалу необхідно розвивати науково-технічний субпотенціал. Крім того, органам регіональної влади треба формувати металургійний кластер або стимулювати створення кластера, для більш тісної співпраці компаній в веденні бізнесу в металургії і машинобудуванні. Основне завдання оцінки еколого-економічного потенціалу регіону бачиться, перш за все, у визначенні порога стійкості територіальної екосистеми [6]. При цьому глибоко історичний характер (залежність результатів оцінки від рівня розвитку науки і техніки) проблеми оцінки резервів підвищення еколого-економічного потенціалу зберігається. Економічна оцінка

навколишнього природного середовища повинна враховувати той факт, що далеко не всі природні ресурси залучені в господарський оборот, і далеко не всі з них можна і потрібно піддавати грошовій оцінці. Звичайно, в першу чергу, необхідно вміти грамотно оцінити природні ресурси, що використовуються при виробництві товарів, оскільки в цьому випадку вони самі стають товарами. Грошова оцінка еколого-економічного потенціалу повинна забезпечувати достовірність інформаційного забезпечення розрахунків критеріїв і показників еколого-економічного розвитку регіону, а також стати інформаційною базою для екологічної експертизи проектів, реально здійснюваних в регіоні [7].

З урахуванням специфіки розміщення виробництв в регіоні, виявленої в ході внутрішньо регіонального районування, існує потреба у формуванні програми сталого розвитку, що сприяє економічному підйому. При цьому розробка програми сталого розвитку повинна будуватися на основі результатів оцінки економічного потенціалу регіону.

Література:

1. Naukova biblioteka dysertatsiy i avtoreferativ [Elektronnyy resurs] Materialy saytu «dissercat.com». - Rezhym dostupu: http://www.dissercat.com/content/metodicheskie-osnovy-otsenki-i-prognozirovaniya-razvitiya-sotsialno-ekonomicheskogo-potentsi#ixzz4zL9vgkOc
2. Kibernetyka [Elektronnyy resurs] Materialy saytu «cyberleninka.ru». - Rezhym dostupu: https://cyberleninka.ru/article/n/potentsial-ustoychivogo-ekologo-ekonomicheskogo-razvitiya-regiona-soderzhanie-i-problemy-metodologii-otsenki
3. Pavlenko O. O. Urakhuvannya ryzykiv v upravlinni sotsial'noyu ta ekolohichnoyu bezpekoyu / O. O.Pavlenko // Ekolohichnyy menedzhment u zahal'niy systemi upravlinnya. – Sumy : Vyd-vo SumDU, 2013. – S. 110–112.
4. Savyn L. S. Yspol'zovanye dostyzhenyy teoretycheskoho y prykladnoho materyalovedenyya pry podhotovke эkolohov / L. S. Savyn, E. A. Tymoshenko, A. P. Prykhod'ko, Yu. L. Savyn / Visnyk PDABA – D.: PDABA, 2002. – 128 s.
5. Sukhorukov A. I. Modelyuvannya ta prohnozuvannya sotsial'no-ekonomichnoho rozvytku rehioniv Ukrayiny : monohrafiya / A. I. Sukhorukov, Yu. M. Kharazishvili. – K. : NISD, 2012. – 368 s.
6. Dreval', O. Yu. Problemy upravlinnya ekonomichnym potentsialom rehionu z urakhuvannyam vymoh ekoloho-ekonomichnoyi bezpeky / O. Yu. Dreval', I. V. Hryshchenko // Visnyk Sums'koho derzhavnoho universytetu. Seriya Ekonomika. – 2011. – # 1. – S. 21-26.
7. Shkarupa O. V. Ekoloho-ekonomichna otsinka stanu rehionu v konteksti ekolohichnoho staloho rozvytku : Avtoreferat dys. na zdobuttya nauk. stupenya kand. ekon. nauk / O. V. Shkarupa. – Sumy : Vyd-vo SumDU, 2007. – 21 s.

Blagoy V.V.,
Candidate of Economic Science, associate professor
Evstefeeva A.A.,
student
Korol A.O.
student
Kharkiv National University of Construction and architecture

FEATURES OF FINANCIAL ANALYSIS IN BUILDING COMPANY BY THE EXAMPLE OF TDV "ZHYTLOBUD-2"

Благой В.В.
к.е.н., доцент
Євстефеева А. А.
студент
Король А. О.
студент
Харківський національний університет будівництва та архітектури

ОСОБЛИВОСТІ ФІНАНСОВОГО АНАЛІЗУ В БУДІВЕЛЬНІЙ КОМПАНІЇ НА ПРИКЛАДІ ТДВ «ЖИТЛОБУД-2»

In the article a systematic study of the main areas of financial analysis of the construction company is carried out. The structure, dynamics and directions of consumption of financial results are considered on the example of TDV "Zhitlobud-2". Recommendations for a comprehensive assessment of the financial situation of the construction industry companies are proposed.

Keywords: *financial state of the enterprise, financial reporting, system of indicators, construction industry.*

В статті проведено системне дослідження основних напрямків фінансового аналізу будівельного підприємства. Розглянуто структуру, динаміку та напрямки споживання фінансових результатів на прикладі ТДВ «Житлобуд-2». Запропоновані рекомендації щодо комплексної оцінки фінансового стану підприємств будівельної галузі.

Ключові слова: *фінансовий стан підприємства, фінансова звітність, система показників, будівельна галузь.*

Сучасна кризова ситуація в країні призвела до негативних змін у внутрішньодержавному житлово-будівельному ринку. На поточний момент переважна частина будівельних підприємств змушена скорочувати обсяг реалізованих проектів. Спостерігається значний дефіцит коштів з метою фінансування процесів будівництва. Ситуація веде до збитковості підприємств даної сфери діяльності, значного зниження рівня рентабельності кожного конкретного підприємства.

Саме тому в будівельній галузі особливу актуальність останнім часом набуває аналіз і оцінка фінансово-економічного стану підприємства для цілей кредитування та пошуку заходів для усунення проблемних аспектів функціонування.

Також беручи до уваги особливості сучасної діяльності підприємств в Україні, великий обсяг робіт, що виконуються вручну при веденні обліку, має бути відображений у звітності, та інші чинники впливу. Формування характеристик фінансового аналізу передбачає достовірність та практичність їх

значень. Досягнути повної достовірності показників є дуже складним завданням.

До особливостей оцінки фінансового аналізу будівельного підприємства слід віднести цілі і завдання його проведення. До задач фінансового аналізу відносять:

- розрахунок показника прибутку і рентабельності за результатами проведених будівельних роботи;
- аналіз відносини власних оборотних активів і джерел їх забезпечення, дослідження змінених факторів;
- оцінка наявності і структури власних оборотних коштів у будівельного підприємства;
- вивчення виконання дисципліни по взаєморозрахунках з постачальниками, контролю дебіторської і кредиторської заборгованостей;
- оцінка оборотності оборотних ресурсів, визначення шляхів її прискорення.

Високу вагомість для будівельних підприємств має концепція цінності фірми. Відповідно до зазначеної ідеї оцінюється майновий стан, платоспроможність, рівень ліквідності підприємства, ділова активність, структура капіталу і фінансова стійкість, рентабельність.

Результати фінансового аналізу дозволяють виявити вузькі місця, що потребують особливої уваги. Нерідко виявляється достатнім виявити ці негативні моменти, щоб розробити заходи щодо їх нейтралізації.

Прикладом формування фінансового аналізу є ТДВ «Житлобуд-2» в м. Харкові (табл. 1).

Таблиця 1

Аналіз фінансових результатів ТДВ «Житлобуд-2»

Показник	2014 рік	2015 рік	2016 рік
Чистий дохід від реалізації, тис. грн	98785	206947	151334
Собівартість реалізованої продукції, тис. грн	86622	178510	142250
Інші операційні доходи, тис. грн	2974	4196	3794
Інші операційні витрати, тис. грн	-3541	-10414	-5569
Прибуток до оподаткування від звичайної діяльності, тис. грн	-10315	5539	28649
Податок на прибуток від звичайної діяльності, тис. грн	-38	8964	-9737
Чистий прибуток (+), збиток (-)	-10531	3779	22571

З аналізу табл. 1 можемо зробити висновок, що чистий дохід від реалізації у 2015 році збільшився порівняні з 2014 роком, а в 2016 зменшився. За аналітичний період відбувається зміна і собівартості реалізованої продукції: у 2014 році - 86622 тис. грн, у 2015 р. – 178510 тис. грн., а в 2016 р. – 142250 тис. грн. Все це призвело до отримання чистого прибутку в 2016 р. в розмірі 22571 тис. грн, у 2015 р. – 3779 тис. грн, і тільки в 2014 р. був отримана чистий збиток у розмірі 10531 тис. грн.

У числі основних параметрів оцінки платоспроможності є такі коефіцієнти: маневреності капіталу; поточної, швидкої та абсолютної

ліквідності; забезпеченості власними джерелами фінансування; фінансової незалежності (табл. 2 для ТДВ «Житлобуд-2»)

Таблиця 2

Аналіз показників ліквідності ТДВ «Житлобуд-2»

Показник	Нормативне значення	2014 рік	2015 рік	2016 рік
Коефіцієнт покриття	>1	3,4	2,3	4,1
Коефіцієнт швидкої ліквідності	0,6-0,8	2,04	1,15	2,08
Коефіцієнт абсолютної ліквідності	>0 збільш.	0,13	0,14	0,05
Чистий оборотний капітал	>0 збільш.	278451	173949	441086

Аналіз показників ліквідності показує, що на підприємстві спостерігається зростання у 2016 році у порівнянні до 2014 року величини коефіцієнту покриття, це свідчить про достатній об'єм ресурсів підприємства, які можуть бути використані на погашення його поточних зобов’язань. Коефіцієнт швидкої ліквідності за три аналізованих роки має тенденцію до зростання з 1,15 у 2015 році до 2,08 у 2016 році. Коефіцієнт абсолютної ліквідності за останні три роки перевищує нормативне значення 0. Він показує, яка частина боргів підприємства може бути сплачена негайно. Що стосується чистого оборотного капіталу, то можна зазначити, що він збільшився у 2016р до 441086 тис. грн. Загалом ситуація на підприємстві стабілізувалась за три роки та всі показники досягли в цілому нормативних значень.

Однак дана обставина крім того свідчить ще й про необхідність подальшого більш детального розгляду економічної ситуації в даному підприємстві, оскільки сукупність нюансів у функціонуванні організацій будівельного сектора може привести до зниження значущості показників ліквідності, що традиційно розраховуються для кожної конкретної фірми.

Тому особливу важливість для прийняття управлінського рішення мають показники фінансової стійкості (табл. 3 для ТДВ «Житлобуд-2»). До їх числа відносяться коефіцієнти фінансової автономії, інвестування, дебіторської заборгованості, забезпеченості власними коштами і т. д.

Таблиця 3

Аналіз показників фінансової стійкості підприємства

Показник	Нормативне значення	2014р.	2015р.	2016р.	Абсолютне відхилення, 2016/2014рр., (+;-)
Коефіцієнт автономії	>0,5	-0,007	0,0009	0,035	0,042
Коефіцієнт фінансування	<1 зменшення	136,08	1027	26,86	-109,22
Коефіцієнта забезпеченості власними оборотними коштами	>0,1	0,704	0,57	0,75	0,046
Коефіцієнта маневреності власного капіталу	>0 збільшення	-85,63	511,61	19,25	104,88

За розрахунками ми визначили що коефіцієнт автономії показує нам про збільшення фінансової залежності даного підприємства, а також про підвищення ризику фінансових труднощів в майбутньому.

Таким чином, активність підприємства в фінансовому аспекті проявляється насамперед в швидкості обороту його коштів, відображає ефективність роботи підприємства відносно величини авансованих ресурсів або відносно величини їх споживання в процесі виробництва.

Аналіз фінансового аналізу будівельної організації рекомендується здійснювати комплексно, досліджувати сукупність параметрів економічної діяльності підприємства; особливу важливість для формування висновків мають показники рентабельності і ділової активності.

Література:

1. Zakon Ukrayiny «Pro bukhhalters'kyy oblik ta finansovu zvitnist' v Ukrayini» vid 16 lypnya 1999r. # 996XIV [Elektronnyy resurs]. – Rezhym dostupu : http://zakon0.rada.gov.ua/laws/show/996-14.
2. Veryha Yu.A. Zvitnist' pidpryyemstv : pidruchnyk / Yu.A. Veryha. – Poltava : TOV "Vyd-vo "Inter- Hrafika", 2003. – 544 s.
3. Levyts'ka O. Vidobrazhennya rezul'tativ diyal'nosti u formakh finansovoyi zvitnosti pidpryyemstva / O. Levyts'ka [Elektronnyy resurs]. – Rezhym dostupu : http://archive.nbuv.gov.ua/portal/soc_gum./Ecan/2010_6/pdf/ levytska_o.pdf.
4. Natsional'ne polozhennya (standart) bukhhalters'koho obliku 1 «Zahal'ni vymohy do finansovoyi zvitnosti» vid 7 lyutoho 2013 r. # 73 [Elektronnyy resurs]. – Rezhym dostupu: http://zakon4.rada.gov.ua/laws/show/z0336-13.
5. Podatkovyy kodeks Ukrayiny vid 2 hrudnya 2010 r. # 2755-VI [Elektronnyy resurs]. – Rezhym dostupu: http://zakon2.rada.gov.ua/laws/show/2755-17.
6. Polozhennya (standart) bukhhalters'koho obliku # 1 "Zahal'ni vymohy do finansovoyi zvitnosti" zatverdzhenyy nakazom Ministerstva finansiv Ukrayiny vid
7. Khomyn P. Ya. Formuvannya zvitnosti v pidsystemakh finansovoho, upravlins'koho y podatkovoho obliku : monohrafiya / P. Ya. Khomyn. – Ternopil' : Ekonomichna dumka, 2004. – 288 s.
8. Shvets' V. H. Teoriya bukhhalters'koho obliku : pidruchnyk / V. H. Shvets'. – 3-tye vyd., pererob. i dop. – K. : Znannya, 2008. – 535 s.

Bondarenko O.M.,
PhD, Ass. Professor of the Department of Management and Marketing
Hrynko A.A., Kazakovtseva D.D.
Students
O.S. Popov Odessa national academy of telecommunications, Ukraine

FOREIGN EXPERIENCE IN MANAGING INNOVATIVE DEVELOPMENT OF A TELECOMMUNICATIONS ENTERPRISE

Бондаренко Е.М.
к.ф.н., доцент кафедры менеджмента и маркетинга
Гринько А. А., Казаковцева Д. Д.
студентки
Одесская национальная академия связи им. А.С.Попова, Украина

ЗАРУБЕЖНИЙ ОПЫТ В УПРАВЛЕНИИ ИННОВАЦИОННЫМ РАЗВИТИЕМ ПРЕДПРИЯТИЯ ТЕЛЕКОММУНИКАЦИЙ

Abstract. *The article deals with direct and indirect methods of stimulating innovation development, implemented by the state and actively used by foreign countries. And also the*

principles on which effective administrative and economic mechanisms of innovative development are based.

Key words: *innovation, innovative development, telecommunications enterprise.*

Аннотация. *В статье рассматриваются прямые и косвенные методы стимулирования инновационного развития, осуществляемые государством и активно используемые зарубежными странами. А также принципы, на которых основаны эффективные административные и экономические механизмы инновационного развития.*

Ключевые слова: *инновации, инновационное развитие, телекоммуникационное предприятие.*

INTRODUCTION

Over the past decade, the telecommunications industry has experienced major changes, which were primarily characterized by abolition of regulation, increased demand for a "networked economy," the emergence of innovative services and business models that fostered competition, and then declined in the industry.

Innovations in the modern economic world are one of the key factors affecting the increase in the efficiency of enterprises. At present, competitiveness in markets increasingly depends on the products based on new knowledge. And if in the past the success and development of the organization largely depended on access to natural resources, today they need innovations.

World marketing experience shows that there are many mechanisms by which the state can participate in the creation of a favorable climate for innovation. Types of exposure methods divide government regulation into direct and indirect.

The research on innovative development issues and the introduction of innovative services is devoted to the scientific work of many domestic and foreign scientists, such as: Timochko N.O., Shumpeter J. A., Drucker P. F., Barnett H. K. and others [1-4].

The development of the modern state, as we know, is based on three models: innovation, technology and raw materials. The main task of the innovative model of state development is the production of new knowledge, know-how, which begins with fundamental scientific research. The product obtained on the basis of this model is unique and is valued highly in the world market. And at the same time, the innovative model of development requires huge expenditures on fundamental science and considerable time for training scientific personnel.

The concept of "innovation" applies to all innovations, both in production, and in organizational, financial, research, training and other areas, to any improvements that save costs or even create conditions for such savings. The innovation process covers the cycle from the origin of the idea to its practical implementation.

Direct methods of stimulating innovation development, implemented by the state and actively used by foreign countries, include budget financing of scientific developments, lending, subsidizing a part of interest rates on loans, granting for use of state areas (lands) on preferential or shared terms for the implementation of scientific and innovative activities , state orders, etc. The advantage of direct impact is the targeting of financing and the possibility of state monitoring the use of funds. However, at the same time, direct state support creates conditions for lobbying, corruption, also raises the level of administrative expenses for accompanying state

initiatives. In the majority of the leading countries of the world, state financial support for scientific and innovative activities has an emphatically targeted character.

Stimulating susceptibility telecommunication enterprises to the development of scientific advances in the developed foreign countries includes the entire system of indirect methods of influence.

Unlike methods of direct influence that directly affect decisions made by economic entities, indirect methods only create the prerequisites for choosing directions of development that correspond to the economic goals of the state.

Indirect incentives in modern conditions are becoming increasingly common in international practice, as it does not require deferred budget expenditures, compared to direct financing, as well as create conditions for the development of entrepreneurial initiatives in the innovation sphere. These include the formation of legislative and legal framework in the field of science and innovation, tax incentives, the development of the venture finance system, the formation of state innovation infrastructure (including the development of information and consulting services) and the development of the market of scientific and technical products, the formation of innovative clusters (informal associations of small, medium and large enterprises, as well as research organizations operating in a certain sector and geographic region).

Among indirect methods of stimulation, it is necessary to highlight the active application of certain tax regimes. It is believed that tax relief is the most market-friendly way to stimulate. This method does not distort market signals since the investor chooses the direction of investment independently and does not require high overhead administrative expenses.

The main principle in the EU countries is that tax benefits are granted not to scientific organizations, but to enterprises and investors. Benefits plus competition provide a high demand for research and innovation. Regular revision of benefits allows the state to purposefully stimulate innovative activity in priority sectors, to influence not only the structure and size of scientific and innovative organizations but, most importantly, the structure of production. In general, the main areas of EU innovation policy include the development of a single antimonopoly legislation, preferential taxation of R & D, the promotion of small high-tech businesses, direct financing of organizations to encourage innovation in the field of new technologies, and the stimulation of cooperation between university science and organizations producing high technology products.

The experience of the USA and Canada in stimulating innovation activity is interesting, both in countries in which there is an exceptionally strong and legally fixed economic and political support for telecommunications innovations from the state.

In Canada, the modern structure of innovation management lacks a single body at the federal level, so the responsibility for the implementation of scientific research and scientific and educational activities is distributed between the federal government, ten provinces and three federal territories. Separate provinces have their own ministries of scientific research.

The structure of the national scientific, technological and innovation system of Canada includes state research institutes, universities and the scientific sector of

industrial firms, including small and medium-sized businesses. The partnership between the state, industry, and universities in Canada is more the rule than the exception. Thanks to properly formulated goals, such partnerships have a tangible economic effect. It contributes to uniting the potential of the best researchers and ensuring the country's contribution to the global economy, contributes to the emergence of knowledge-based industries and regional innovative clusters. In these clusters are concentrated, as a rule, universities, public research centers, and high-tech production.

The government takes various measures to consolidate Canada's success in this area, in particular: it fosters the development of research cooperation; divides financial risk into priority areas; Together with the provinces, it provides tax and financial incentives for investment in innovation; maintains a highly skilled workforce on which economic growth in the private sector depends. To facilitate the transfer of technology in basic and applied research, many state and university laboratories cooperate with firms, and firms, therefore, gain access to the most modern facilities.

In addition to developing instruments aimed primarily at stimulating innovation, the EU adopted various programs of pan-European nature, the implementation of which involved most of the EU member states (scientific and technical programs, programs to improve the competitiveness of agricultural products and so on. D.) to support and finance research and innovation activities and from the EU budget.

In Europe, the so-called "framework programs" are used, consisting of a number of target subprograms. A general budget is allocated to the framework program, and the advisory body decides on the distribution of amounts by subprograms. There is no common strategy or tactic for all, the European community is guided by reports and concepts, thus ensuring the flexibility of development.

Such programs are not only an effective tool for the development of science and innovation activities of individual countries but also generally affect the formation of the potential of world scientific knowledge.

In the United States, one of the main priorities of the policy was the promotion of scientific and technological progress.

The implementation of US scientific and technical policy is based on a well-developed institutional structure. The peculiarity of the American structure of management of scientific and technical progress is the close interaction of the state and private business. Contact of public and private institutions in the field of R & D is an important feature of the innovative mechanism. As an expression of the interests of the largest producers, private organizations provide feedback, providing state bodies with information on the effectiveness of the measures they conduct for businesses, and for businesses on the economic policy of the state. These organizations also played an important role in the formation of a modern model of state management of the scientific and technological development of the country.

The economic "discovery" of the United States of the last decade is called venture business. The rapid growth of the number of small and medium-sized firms engaged in the search for new ideas, their development, introduction and "start"

production, has become a characteristic feature of the American innovation process. The US government contributed to the creation of favorable tax and credit conditions for the functioning of venture capital firms and the formation of a single national venture capital market.

The implementation of US scientific and technical policy is based on a well-developed institutional structure. A peculiarity of the American structure of management of scientific and technological progress is the close interaction of the state and private business.

Contact of public and private institutions in the field of R & D is an important feature of the innovative mechanism. As an expression of the interests of the largest producers, private organizations provide feedback, providing state bodies with information on the effectiveness of the measures they conduct for businesses, and for businesses on the economic policy of the state. These organizations also played an important role in the formation of a modern model of state management of the scientific and technical development of the country.

The main attention of states in the sphere of innovations is now, as a rule, stimulate the adaptation of scientific and technical requirements of a modern business environment using various local and complex mechanisms, the formation of favorable conditions for a knowledge-based business, a significant increase in the funding of applied research, pilot production and commercialization of scientific and technical developments.

Highly developed foreign countries with market economies managed to work out a variety of effective innovative administrative and economic mechanisms based on the following principles:

- the dynamic, sector-specific and subject-thematic approach of the state to the definition of what to consider as innovation, what kinds of achievements of scientific and technical, technological progress should be considered as key for this period;
- an exceptionally weighty and legally fixed economic and political support for innovation by the authorities;
- consistent and long-term innovation policy of the state with well-defined goals and objectives;
- rational use of the available innovative potential as a foundation for the construction of innovative economy and implementation of innovation policy;
- systematic efforts to establish and strengthen cooperation between the private, research and educational sectors;
- identification and targeted support of important for innovation and technological potential directions, not developing fast enough or developing independently;
- coverage of the largest possible number of potentially innovative firms by providing them with state support;
- developed programs of commercialization of innovations created and borrowed technologies;

- the reasonable attraction of foreign investments of transnational corporations;
- systematic study and implementation of the best international experience;
- automatic "inclusion" of measures of state support for innovations on formal grounds and regardless of the will of government officials.

Trends in the world economy clearly show that Ukraine cannot be a different development path than the formation of the economy based on knowledge, ie, the economy of an innovative type. At the same time, domestic e enterprise communications industry still remains a fairly closed area for innovation. In this regard, the need to combine domestic innovation with advanced foreign experience, which is very useful for understanding the processes taking place in the telecommunications industry in our country. It allows you to identify the most effective forms and methods of state regulation, contributes to finding the necessary directions of formation Ukrainian telecommunications policy concept enables extensive use of proven themselves effective schemes and ways to support the development and innovation, and on this basis to include Ukraine in the international system of innovation.

REFERENCES:

1. Orlov, V.M., Mardarovskogo, F.Z., PotapovoYi-Sinko, N.Yu. et al. (1999) EkonomIka galuzI zv'yazku: PIdruchnik dlya vischih I serednIh navchalnih zakladIv galuzI zv'yazku: u 2-h t.[Economy of communication industry]. V.M.Orlov, F.Z. Mardarovskogo, N.Yu. PotapovoYi-Sinko (Ed.). (Vols. 2). Odesa: UDAZ [in Ukraine].
2. Lisenko, L.A. (2007). PIdhId do otsInki efektivnostI InnovatsIynoYi dIyalnostI pIdpriemstva [Approach to assessing the effectiveness of enterprise innovation]. Naukovo-tehnIchniy zbIrnik - Scientific and technical collection, 78, 97–98 [in Ukraine].
3. Potapova-Sinko, N.E., Zaharchenko, L.A., Knyazeva, E.A., Otlivanskaya, G.A., Orlova, O.V. (2002). Ekonomika predpriyatiya svyati: uch.-met. Psobie k prakticheskim zanyattya dlya spetsIalnostey fakulteta menedzhmenta i ekonomiki predpriyatiya [Economy of the enterprise of the saint: a teaching and methodical manual for practical classes for the specialties of the Faculty of Management and Economics of the enterprise]. Odessa: ONAS im. A.S. Popova [in Ukraine].
4. Skalyuk, R.V.,& Dekalyuk, O.V. (2009). Efekti ta efektivnIst InnovatsIynoYi dIyalnostI promislovih pIdpriEmstv [Effects and effectiveness of innovative activity of industrial enterprises]. VIsnik Hmelnitskogo natsIonalnogounIversitetu. EkonomIchnI nauki - Bulletin of the Khmelnytsky National University. Economic sciences, 1, 149-154 [in Ukraine].

Gedich T.G.,
Candidate of Economic Science, Docent, Professor
Volokitina V.M.
Postgraduate
Irkutsk Russian national research technical University, Russia

RESEARCH OF INFLUENCE OF LOGISTICHSEKY COSTS OF THE CONTROL SYSTEM OF STOCKS OF MATERIAL RESOURCES

Гедич Т.Г.,
к.э.н., доцент, профессор
Волокитина В.М.
аспирант
Иркутский национальный исследовательский технический университет, Россия

ИССЛЕДОВАНИЕ ВЛИЯНИЯ ЛОГИСТИЧСЕКИХ ЗАТРАТ НА СИСТЕМУ УПРАВЛЕНИЯ ЗАПАСАМИ МАТЕРИАЛЬНО-ТЕХНИЧЕСКИХ РЕСУРСОВ

Optimization of stockpile management of material resources is the most powerful resource of increase of efficiency of all aspects of commercial and production activity of the enterprise of any branch. Exactly here the main reserve of economic efficiency of the enterprises is concentrated.

In the conditions of modern market economy the solution of the problem of optimum level of production stock has to be based on minimization of costs of their contents. In article basic elements of articles of logistic costs and their influence on choice of control system of production stocks are considered.

Key word: *management of production stocks of expense, elements of expenses, costs of storage, costs of the order, deficiency costs*

Оптимизация управления запасами материально-технических ресурсов является мощнейшим ресурсом повышения эффективности всех аспектов коммерческой и производственной деятельности предприятия любой отрасли. Именно здесь сосредоточен основной резерв экономической эффективности предприятий.

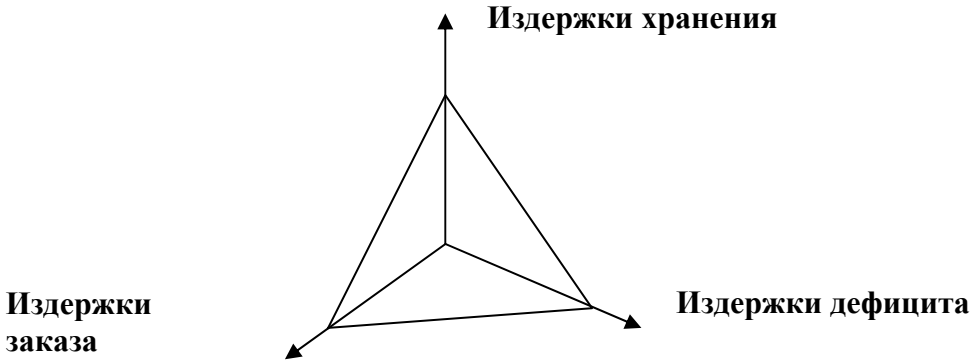
В условиях современной рыночной экономики решение проблемы оптимального уровня производственного запаса должно основываться на минимизации затрат на их содержание. В статье рассмотрены основные элементы статей логистических издержек и их влияние на выбор системы управления производственными запасами.

Ключевые слова: *управление производственными запасами затраты, элементы затрат, издержки хранения, издержки заказа, издержки дефицита*

В основе выбора и условий применения различных моделей управления производственными запасами лежит выполнение требований, обеспечивающих минимизацию совокупных затрат на приобретение и хранение запасов при заданном уровне надежности обеспечения производственного процесса.

При этом под логистическими издержками понимают затраты на выполнение логистических операций [1]. Логистические операции с предметами и продуктами выполняются как в сфере обращения, так и в сфере производства. Следовательно, издержки на выполнение логистических операций включают в себя как часть издержек обращения, так и часть издержек производства.

По функциональному признаку логистические издержки подразделяются на следующие виды: издержки хранения запасов, издержки на выполнение заказа на поставку МТР, издержки дефицита запасов (рис. 1).



Площадь треугольника отражает то, на сколько оптимальна система управления запасами: чем меньше треугольник, тем ниже затраты и выше рентабельность создания производственных запасов.

Основной проблемой при расчете оптимального объема поставки является определение и оценка затрат на хранение запасов, стоимости доставки и оформления заказа. Рассмотрим элементы данных видов логистических затрат.

Издержки на складскую переработку и хранение включаются в себя расходы по приобретению или аренде складских помещений, затраты, связанные с перемещением запасов МТР внутри границ предприятия, с техническим обслуживанием и ремонтом основных средств производства, заработная плата с отчислениями основному и управленческому складскому персоналу, оплата налогов, амортизация основных средств и помещений склада, а также издержки, связанные с хищением, порчей, физическим и моральным устареванием хранимых МТР.

Издержки дефицита МТР, возникают при отсутствии МТР в требуемом количестве в нужное время и включают в себя расходы на ускорение доставки необходимых материалов, затраты, связанные с заменой на менее подходящие или более дорогие детали и запасные части, простои рабочих и оборудования. Кроме того, существуют риски возникновения штрафных санкций за несоблюдение условий поставки готовой продукции по причине сбоев производственного процесса, ухудшение деловой репутации и, как следствие, потеря части клиентуры.

Издержки на выполнение заказа на поставку МТР представляют собой расходы, которое предприятие несет от момента принятия решения о размещении заказа поставщику до момента прихода поступившего материала и включают в себя затраты, связанные с содержанием офисных помещений для специалистов заготовительной логистики, оформлением заказов поставщику (услуги телефонной и факсимильной связи, представительские и командировочные расходы, претензионно-исковая работа и т.д.), транспортно-заготовительные расходы (доставка МТР, погрузо-разгрузочные работы, переадресация грузов и т.д.).

Расходы в расчете на один заказ определяются делением расходов прошлого периода, связанных с созданием запасов на предприятии, на число размещенных и полученных за этот период заказов. При этом необходимо

учитывать только те виды затрат, изменение которых происходит в зависимости от размера партии заказа.

$$C_{xp} = \frac{\sum_{i=1}^{n} \text{Cxpi}}{Q}, \tag{1}$$

где $Cxpi$ – затраты за период по статьям, чувствительным изменению размера заказа,

Q – количество заказов, размещенных и выполненных за период.

К данным видам расходов также относится и возможные колебания цен и общей стоимости приобретаемого материала. Например, поставщики предлагают товары более крупных партий или в определенное время года с ценовыми скидками, в том числе на транспортировку. Небольшие партии заказов могут привести к повышению закупочных цен, однако приобретение товаров в больших объемах может привести к увеличению затрат на их хранение и содержание.

В этой ситуации необходимо проанализировать и сравнить совокупные издержки без учета ценовой скидки при оптимальном периоде поставки и затраты с учетом предоставленной скидки, но при этом период между поставками будет более длительным вследствие чего количество МТР на складе предприятия увеличится.

В общем случае получение ценовой скидки на покупку МТР будет более выгодным, если в результате уменьшение расходов на единицу МТР по причине снижения затрат на их приобретение превысит увеличение издержек на содержание и хранение производственных запасов.

Современные бухгалтерские методы учета затрат не позволяют выделить каждый вид затрат во всей цепочке выполняемых логистических операций, поскольку калькуляция расходов осуществляется агрегировано по отдельным функциональным зонам и не позволяют провести детальный анализ затрат по местам их возникновения. Логистические затраты представляют собой как правило косвенные расходы, связанные с содержанием службы закупок и складского хозяйства, что относится в основном к управленческому учету предприятия. В связи с этим расчет логистических затрат в ряде случаев - это достаточно трудоемкий процесс, поэтому на практике целесообразнее учитывать среднее значение издержек на создание и содержание запасов в виде процента от стоимости запаса.

По мнению Ю.И. Рыжикова [4] уровень затрат на складах, связанных с запасами составляет 25 % от стоимости запаса, из них 60 % - затраты на иммобилизацию, 16 % - на основные производственные фонды, 24 % - текущие расходы.

Согласно зарубежным источникам [5,6] допустимые значения уровня логистических затрат в зарубежных странах составляют от 15 % до 35 % стоимостной оценки запаса. Результаты проведенного обзора литературных источников [1,2,3] и специальных исследований относительно стоимости хранения материалов на складе представлены в таблице 2.

Таблица 1

Элементы затрат логистических издержек

№ п/п	Группы затрат	Элементы затрат				
		Материальные затраты	**Затраты на оплату труда**	**Отчисления на социальные нужды**	**Амортизация ОФ**	**Прочие затраты**
1.	**Издержки хранения МТР**	Текущие расходы по содержанию складов (освещение, отопление, охранная и пожарная сигнализации, арендные платежи)	Основная и дополнительная заработная плата складского персонала	Отчисления на социальное страхование работников склада всех категорий	Амортизация основных фондов	Плата налога на имущество Страхование запасов Страхование складского хозяйства Потери от порчи и естественной убыли хранимых запасов
		Износ малоценных и быстроизнашивающихся инструментов Канцелярские и материальные расходы	Основная и дополнительная заработная плата прочего вспомогательного складского персонала (крановщики, стропальщики, грузчики)			Проведение плановых и внеплановых инвентаризаций Упущенная прибыль (альтернативное использование оборотных средств, вложенные в запасы)
2.	**Издержки на выполнение заказа на поставку МТР**	Текущие расходы по содержанию помещений заготовительной логистики (освещение, отопление, охранная и пожарная сигнализации, арендные платежи)	Основная и дополнительная заработная плата специалистов снабжения, рабочих транспортных отделов, работников бухгалтерии, финансовых служб, занятых оплатой счетов от поставщиков МТР	Отчисления на социальное страхование работников	Амортизация основных фондов	Плата налога на имущество Таможенные пошлины Расходы на командировки Представительские расходы Страхование имущества
		Износ МБИ				
		Транспортно-заготовительные расходы (доставка МТР, ГСМ и запасные части для автотранспорта, экспедиционные услуги, погрузо-разгрузочные работы и прочие) Канцелярские, почтово-телеграфические расходы Оплата международных переговоров				

3.	**Издержки дефицита МТР**	Повышение стоимости МТР в связи с оперативным приобретением требуемых МТР у посредника	Оплата сверурочных работ	Отчисления на социальное страхование работников		Упущенная прибыль Потеря части клиентуры Ухудшение деловой репутации
		Штрафы за нарушение обязательства по поставкам продукции				

Таблица 2

Соотношение логистических издержек и стоимости запасов МТР на складе

№ п/п	Статья затрат	Затраты от стоимости запасов, %
1.	Содержание и обслуживание помещения склада	6 (от 3 до 10)
2.	Содержание и обслуживание оборудования и транспортных средств на складе	3 (от 1 до 3,5)
3.	Оплата труда работников склада	3 (от 2 до 5)
4.	Финансирование оборотных средств на запасы	11 (от 6 до 24)
5.	Убытки от повреждений, порчи, хищений, устаревания запасов	3 (от 2 до 5)
6.	Налог на имущество	2 (от 1 до 3)
7.	Услуги страхования	0,5 (0,5 до 1)
8.	Коммунальные платежи, канцелярские расходы, командировочные, представительские расходы, услуги связи	1,5 (от 1 до 3,5)
	Суммарные затраты	**30**

Выбор и моделирование оптимальной системы управления производственными запасами, а также оценка возникающего экономического эффекта от принятого управленческого решения возможны только при условии выявления, детального учета и анализа всех затрат, связанных с транспортировкой, хранением и обслуживания запасов материально-технических ресурсов. При этом определение оптимального объема поставки должно быть основано на минимизации совокупных издержек хранения, заказа и дефицита.

Литература:

1. Гаджинский А.М. Логистика: Учебное пособие – 20-ое изд. – М.: Издательско-торговая корпорация «Дашков и Ко», 2012.- 484 с.
2. Кегомедзянов Г.Ю. // Логистика сегодня. 2011. №04 (46). С. 216-219.
3. Мельник М.М. Экономико-математические методы и модели в планировании и управлении материально-техническим снабжением. М.: Высшая школа, 1990. 352 с.
4. Рыжиков Ю.И. Теория очередей и управлением запасами. – СПб.: Питер, 2001. – 384 с.
5. Сток Дж. Р., Ламберт Д.М. Стратегическое управление логистикой. Пер. с 4-го анг. изд. – М.: ИНФРА-М, 2005. – 797 с.
6. Downes J., Goodman J.E. Dictionary of finance and investment terms. 4th ed. - N.Y.: Barron’s, 1995. – 730 p.

Gura Olga,
Candidate of Economic Sciences, Associate Professor of Business Economics
Odessa Financial and Economic College of Kyiv National University of Trade and Economics, Ukraine
Voinova Ksenia,
Bachelor
Muradova Adilya,
Bachelor
Odessa Institute of Trade and Economics of Ukrainian University of Finance and International Trade , Ukraine

CROWD-TECHNOLOGIES: ESSENCE, BENEFITS, TASKS

Гура О.Л.,
канд.екон.наук, доцент,
Одеський фінансово-економічний коледж Київського національного торговельно-економічного університету, Україна
Воінова К.С.,
бакалавр
Мурадова А.А.
бакалавр
Одеський торговельно-економічний інститут Київського національного торговельно-економічного університету

КРАУД-ТЕХНОЛОГІЇ: СУТНІСТЬ, ПЕРЕВАГИ, ЗАВДАННЯ

In this article, the peculiarities of the using of crowd-technology in the economic activity of enterprises are considered. The results of the research presented in the article improve the understanding of the essence of crowdsourcing and create the basis for further development, the development of which is a processing of a mechanism for adapting international experience to the practice of domestic enterprises.

Keywords: *crowdsourcing, crowdsourcing platform, information infrastructure, crowd-technology, crowdfunding, crowd marketing, crowdworking, crowd recruiting.*

В даній статті розглядаються особливості застосування крауд-технології в господарській діяльності підприємств. Представлені у статті результати дослідження покращують розуміння сутності краудсорсингу і створюють підґрунтя для подальших розробок, перспективою розвитку яких є розробка механізму адаптації міжнародного досвіду у практику вітчизняних підприємств.

Ключові слова: *краудсорсинг, краудсорсингова платформа, інформаційна інфраструктура, крауд-технологія, краудфандінг, краудмаркетинг, крауворкінг, краудрекрутинг.*

Розвиток інформаційного суспільства, а саме поширення Інтернет-технологій, призводить до трансформації традиційних процесів економічної діяльності. Значного розвитку набуває інформаційна інфраструктура, зокрема мережа Інтернет, сервіси та послуги в Інтернеті, програмне забезпечення, що дозволяє звести до цифр будь-які процеси на підприємстві, створювати більш гнучку взаємодію всередині організації. Все це формує інформаційну базу для підвищення ефективності функціонування підприємства.

Аналіз останніх досліджень і публікацій. Посиленню значимості соціальних відносин у постіндустріальному суспільстві загалом, та в економічній діяльності зокрема, розглядається у своїх роботах такі зарубіжні вчені, як Р. Вайбер, Б. де Лон, М. Кастельс, У. Девідоу, М. Мелоун та Дж. Хауі.

Досліджують питання впливу інформаційних технологій на механізми організації економічних відносин та ефективність мережевих організацій такі вітчизняні вчені як, С.А. Бульба, Т.В. Дзякун, А.А.Гриценко, Є. Говорун, Г.В. Жаворонкова, А.Є. Литвин, Л.П. Марчук, В. Плескач, Д. Русак та ін..

Постановка проблеми. В існуючих дослідженнях не достатньо висвітлено можливості інформаційних технологій у системі господарської діяльності підприємства. Зокрема, нові можливості для діяльності підприємства відкривають так звані крауд-технології, а саме технології взаємодії з широким загалом користувачів для вирішення завдань компаній.

Мета статті. Метою дослідження є аналіз можливостей застосування крауд-технологій у господарській діяльності підприємств.

Виклад основного матеріалу. Інноваційні технології є такими методами, прийомами інноваційної діяльності, які направлені на створення і матеріалізацію нововведень у суспільстві, на реалізацію таких новинок, які зумовлюють якісну зміну в різних сферах соціального життя, приводять до раціонального використання матеріальних і інших ресурсів у суспільстві. У рамках статті розглянемо такі інноваційні соціальні технології: крауд-технології –краудсорсинг, краудфандинг, краудворкінг, краудрекритінг, краудмаркетинг.

Перша згадка про краудсорсинг згідно з даними інтернет-енциклопедії “Вікіпедія” пов’язується з виходом у журналі Wired (США, 2006 р.) статті, автором якої був письменник Д.Хауі. Пізніше технологія стала активно використовуватися бізнесом за кордоном. В основу явища краудсорсингу покладено застосування так званої крауд-технології в діяльності підприємства. Зазначимо, що **крауд-технологія** – це взаємодія підприємства з широким колом осіб (що на англійській мові визначається як «Crowd») за допомогою Інтернет-технологій, з метою використання ресурсів широкого загалу, для вирішення специфічних завдань підприємств або організацій [1].

Крауд-технологія знайшла відображення у багатьох процесах управління підприємством (рис.1).

Розглянемо більш детальніше кожну зі сфер застосування крауд-технології. Як вже зазначалося, спочатку крауд-технологія зайшла своє відображення в понятті краудсорсингу.

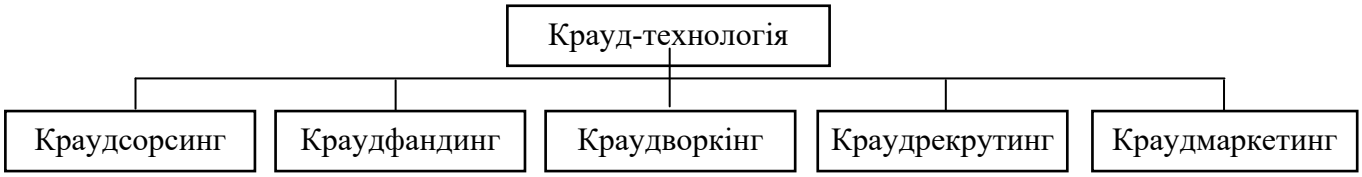


Рис.1. Можливості застосування крауд-технології у діяльності підприємства

Краудсорсинг передбачає передачу певних виробничих функцій невизначеному колу осіб (на підставі публічної оферти, без укладання трудового договору). При цьому використовуються колективний інтелект і синергія взаємодії великої кількості людей [1].

Краудсорсинг не слід плутати з аутсорсингом, який, у свою чергу, передбачає передачу традиційних неключових функцій організації (таких, наприклад, як бухгалтерський облік або рекламна діяльність) зовнішнім виконавцям – аутсорсерам, субпідрядникам, висококваліфікованим фахівцям сторонньої фірми [2, с. 214].

Краудсорсинг дав поштовх щодо розвитку інших понять пов'язаних з застосуванням крауд-технології, відповідних до специфіки діяльності. Так з'являється поняття краудфандинг.

Краудфандинг (спільнокошт,від англ. Crowd funding, crowd — «натовп», funding — «фінансування») — це колективна співпраця людей, які добровільно об'єднують свої гроші або інші ресурси разом, як правило через Інтернет, щоб підтримати зусилля інших людей або організацій. Фінансування за схемою краудфандингу може виконувати різні функції — допомога постраждалим від стихійних лих, підтримка з боку вболівальників чи фанатів, підтримка політичних кампаній, фінансування стартап-компаній та малого бізнесу, створення вільного програмного забезпечення і багато іншого [3].

Також серед сучасних методів залучення зовнішнього персоналу компанії використовують такий метод, як краудворкінг. **Краудворкінг** (crowd - натовп і working - робота) швидко розвивається. Для виконання серйозних завдань компанії можуть залучати до роботи людей з усіх куточків світу, а їм навіть не обов'язково виходити для цього з дому [4].

Краудрекрутінг - це спосіб відбору найбільш перспективних носіїв професійних компетенцій, необхідних конкретній компанії на основі показників їх роботи в краудсорсинговому проекті, тобто через спостереження та оцінювання діяльності учасників в модельній ситуації робочого процесу [5].

Одним з видом крауд-технології – є краудмаркетинг.

Краудмаркетинг – це процес маркетингового управління на основі закономірностей функціонування натовпу (crowd), що спрямоване на залучення ефекту від взаємодії учасників натовпу для досягнення маркетингових цілей компанії з використанням принципу оптимального управління. Завдяки використанню крауд-технології можна агрегувати інформацію, досвід, думки, прогнози, уподобання й оцінки, та на цій основі продукувати нові ідеї і приймати маркетингові рішення [6].

Розглянемо, який результат від застосування крауд-технологій в різних сферах діяльності підприємства, та яку вигоду може отримати підприємство від застосування методів краудсорсингу (табл.1).

Висновки. Отже, в статті проаналізовано можливості застосування крауд-технології в господарській діяльності підприємств. А саме, проаналізовано природу утворення явища краудсорсинг, його переваг пов'язаних з можливістю значної економії коштів, напрямки застосування крауд-технології в діяльності підприємства.

Таблиця 1

Напрямки застосування крауд-технології в діяльності підприємств

Функції підприємства	Методи краудсорсингу	Результат застосування краудсорсингу
Виробництво	Краудворкінг – залучення трудових ресурсів зовні для спрощення та прискорення процесів виробництва. Наприклад, широко застосовується метод краудворкінгу для виконання перекладів, де текст розбивається на маленькі частини, та розсилається всім бажаючим перекласти його за символічну платню.	Скорочення часу на процес виробництва Скорочення коштів на виробництво
Маркетинг	Краудсорсинг – використання ресурсів натовпу для вирішення маркетингових завдань, наприклад, розробка дизайну упаковки, логотипу, концепції рекламної компанії. Краудмаркетинг – це управління широким колом споживачів, об'єднаних у спільноти, з метою реалізації комерційних інтересів компанії.	Велика кількість ідей для вирішення маркетингових завдань компанії: інформація, матеріали для стратегії просування та ін.. Збільшення кількості споживачів, що знають про бренд, збільшення ЦА.
НДДКР	Краудсорсинг (відкриті інновації) – використання потенціалу широкого загалу для отримання ідей нових продуктів, нових технологій, нових методів.	Сотні ідей інновацій продуктових, технологічних, технічних, наукових.
Фінанси	Краудфандинг – залучення фінансових ресурсів для реалізації нових продуктів, ідей, програм.	Фінансові ресурси для нових проектів
Адміністрування (Кадрова політика)	Краудрекрутинг – відбір найефективніших працівників у краудсорсинговому проекті з метою їх працевлаштування в компанії на постійній основі	Ефективні трудові ресурси, потенціал яких компанія могла оцінити в ході краудсорсингового проекту.

Загалом, в сучасних умовах інформаційного суспільства, розвитку технічних засобів, появи крауд-технологій, комунікації трансформуються з традиційного виду в більш прогресивний процес взаємодії зі споживачем.

Література:

1. Краудсорсинг [Электронный ресурс]. – Режим доступа: http://ru.wikipedia.org/wiki/ Краудсорсинг
2. Куцин Є.М. Теоретичні та прикладні аспекти аутсорсингу // Вісник Хмельницького національного університету. – 2011. – №1. – с. 213-217;
3. Краудфандінг завойовує світ! – [Електронний ресурс]. – Режим доступу: http://helpidea.org / news /view?obj%5Bnews_id%5D=2103177
4. Краудворкінг: скільки можна заробити, сидячи вдома? - [Електронний ресурс]. – Режим доступу: http://www.bbc.co.uk/ukrainian/entertainment/2013/09/130909_ crowdworking_money_ek.shtml
5. Краудрекрутинг — новая технология массового поиска талантов [Електронний ресурс]. – Режим доступу: http://www.companion.ua/articles/content?id=208489
6. Краудсорсинг в интернет-рекламе. – [Електронний ресурс]. – Режим доступу: http://www.adme.ru/articles/kraudsorsing-v-internet-reklame-487355/
7. Інвестиційний аналіз (модульний курс): Навчальний посібник /О.Л. Гура, І.В. Степанова. - 2-ге вид, перероб. і доп. – Одеса: Атлант, 2015.- 232с.

Gura Olga,
Candidate of Economic Sciences, Associate Professor of Business Economics
Odessa Financial and Economic College of Kyiv National University of Trade and Economics, Ukraine
Gaitanzhy Taniana,
Bachelor
Uzun Olga
Bachelor
Odessa Institute of Trade and Economics of Ukrainian University of Finance and International Trade, Ukraine

OUTSOURCING AS AN INSTRUMENT FOR INCREASING COMPETITIVENESS OF THE ENTERPRISE

Гура О.Л.
канд.екон.наук, доцент,
Одеський фінансово-економічний коледж Київського національного торговельно-економічного університету, Україна
Гайтанжі Т.О.
бакалавр
Узун О.І.
бакалавр
Одеський торговельно-економічний інститут Київського національного торговельно-економічного університету

АУТСОРСИНГ ЯК ІНСТРУМЕНТ ПІДВИЩЕННЯ КОНКУРЕНТОСПРОМОЖНОСТІ ПІДПРИЄМСТВА

In this article, the essence of outsourcing, advantages of its application are considered. Also presented are the positive and negative effects of the company's transition to outsourcing.
Keywords: *outsourcing, IT-outsourcing, production outsourcing.*

В даній статті розглядається сутність аутсорсингу, переваги його застосування. Також представлені позитивні та негативні наслідки переходу компанії на аутсорсингу.
Ключові слова: *аутсорсинг, IT-аутсорсинг, виробничий аутсорсинг.*

З кожним днем зростає конкуренція між основними економічними центрами світу, такими як: США, Азія та Європа. Розвиток вітчизняної економіки на сучасному етапі визначається глобалізацією, посиленням конкуренції, інституційними перетвореннями, активним поширенням інформаційних технологій в управлінні та інших інновацій у всіх сферах діяльності. Однією з найсучасніших та перспективних бізнес-моделей, що дозволяє отримати реальні конкурентні переваги, є застосування аутсорсингу.

Мета статті. Метою статті є обґрунтування сутності поняття «аутсорсинг», узагальнення та систематизація визначень, методів реалізації аутсорсингу в системі управління підприємствами, а також розробка пропозицій щодо їх розвитку.

Поняття “аутсорсинг” (“outsourcing”) є англомовного походження, а точніше скороченням англійського терміна “outside source using”, що означає застосування (використання) зовнішніх джерел або ресурсів. Виник цей термін

у практичній діяльності на початку шістдесятих років минулого століття, а саме у 1962 р., коли була заснована Electronic Data System Corporation (EDS). Розвиток інформаційних технологій та перших IT-підприємств став фактично кладецем поширення аутсорсингу [1].

Передача бізнес-процесів на аутсорсинг є звичною справою для підприємств багатьох економічно розвинених країн (наприклад: Dell, Nike, Ford, GM, Chrysler та інші).

Сутність аутсорсингу – це покращення ефективності діяльності компанії, вивільнення ресурсів за рахунок передачі окремих непрофільних функцій стороннім спеціалізованим компаніям для можливості зосередження на основній діяльності фірми та подальшому її розвитку і розширенню.

Негласно аутсорсинг підрозділяється на інтелектуальний і виробничий.

У свою чергу перший (більш об'ємний) сегмент включає в себе аутсорсинг інформаційних технологій (IT), бізнес-процесів, управління знаннями, персоналом, правове забезпечення, логістичні послуги.[2]

IT-аутсорсинг пропонує своїм клієнтам скористатися підтримкою центру обробки даних або дата-центру. Надає в користування дороге ліцензійне програмне забезпечення, як альтернативу його придбання. Це дозволяє значно економити і гроші, і час. IT-спеціалісти грамотно підійдуть до роботи з інформаційними системами компанії, абонентського обслуговування комп'ютерів та оргтехніки.

Інвентаризаційні та бухгалтерські послуги, юридичний супровід діяльності, гнучкі форми управління персоналом охоплює аутсорсинг фінансової сфери.

Виробничий аутсорсинг - передача сторонньої організації повного циклу зборки продукту або його окремих компонентів. Сюди ж входить ряд допоміжних операцій з налагодження та підтримки виробництва - обслуговування, транспорт, складування, логістика, прибирання приміщень.[3]

Виділяючи особливо значущі сторони аутсорсингу, не можна не відзначити, який зручний і вигідний він для бізнесу.

Головними перевагами аутсорсингу є:

1. Заощадження грошей. Передача певних функцій компанії на аутсорсинг (бухгалтерські послуги, IT, PR та маркетинг, колл-центр) допоможе скоротити операційні витрати і збільшити прибуток.
2. Делегування деяких функцій економить час і дає можливість розвиватися.
3. Доступ до якісного, «заточеного» під певні процеси і функції і разом з тим відносно недорогого персоналу. До того ж це підвищує якість виконання завдань.
4. Робота з провайдером світового рівня дає доступ до зовнішніх ресурсів на інших ринках. Заводяться корисні зв'язки, залучається людський капітал і знання, а також фінансові ресурси.
5. Передача завдань дозволяє зменшити залежність компанії від окремих співробітників.
6. Аутсорсинг певних напрямків також знижує навантаження на менеджмент. Що менше завдань виконується всередині компанії, то

менше керівництву необхідно контролювати і то краще воно може сконцентруватися на розвитку основних напрямків бізнесу.

7. Операційні ризики теж знижуються. Віддавши частину функцій на аутсорсинг, все, що вам залишається, це контролювати підрядника в частині виконання умов договору.
8. Аутсорсинг допомагає компаніям зберегти компактність. Він дуже корисний, якщо ви не хочете утримувати великий штат співробітників і створювати складну корпоративну структуру.
9. Деякі компанії використовують делегування функцій для поліпшення доступу до іноземних ринків. Такий вид аутсорсингу називається «оффшорінг».[4]

Компанії вибирають напрямки аутсорсингу в залежності від потреб і фінансових можливостей.

Розглядаючи і оцінюючи аутсорсинг, не можна не торкнутися проблемних сторін.

Негативні сторони переходу компанії на аутсорсинг

→ Втрата контролю над власними ресурсами;

→ Втрата керівництвом компанії функції нагляду за певною частиною бізнесу, внаслідок чого можуть ухвалюватись неадекватні рішення;

→ Неприйнятні умови співробітництва, зокрема провайдер не завжди готовий працювати з великим обсягом інформації чи витримувати установленою компанією-замовником часові рамки;

→ Низький рівень мотивації співробітників компанії-провайдерів

→ Проблеми узгодження особливостей корпоративної культури та цілей зовнішнього провайдера з корпоративною культурою і стратегією розвитку компанії-замовника

→ Можливість розповсюдження аутсорсером конфіденційної інформації або даних (рівень оплати праці та ін.)

Рис.1. Негативні сторони переходу компанії на аутсорсинг

Варто чітко розділити аутсорсинг та процес постачання ресурсів, матеріалів, готових виробів від підрядника чи субпідрядника. Основні відмінності між аутсорсингом та постачанням продуктів у перерізі різних ознак зведено у табл. 1[5].

Як показує аналіз діяльності вітчизняних підприємств, посередницька діяльність не потребує великих витрат ресурсів чи вкладання капіталу, однак для якісного виконання потребує витрат інформаційних, часових та трудових ресурсів.

Таблиця 1

Відмінність аутсорсингу та постачання товарів, послуг

Ознаки	Аутсорсинг	Постачання
Ціль	Підвищення конкурентоспроможності через оптимізацію та реорганізацію бізнес-процесів	Пошук оптимальних варіантів ціна/якість
Організація	Побудова із аутсорсерами спільних узгоджених бізнес-процесів для досягнення ключової переваги	Отримання окремих продуктів від постачальників товарів та послуг
Підтримка партнерів	Надання необхідних ресурсів аутсорсингу, зокрема технології виробництва	Можлива лише фінансова у вигляді авансів або кредитів
Критерій оптимізації	Скорочення транзакцій них та умовно-постійних витрат	Скорочення передусім умовно-змінних витрат
Рівень ефективності	Досягнення високого рівня інтеграції бізнес-процесів ті мінімізації рівня взаємодії	Гнучкість та низька вартість послуг із постачання
Часові витрати	Домінування середньотермінового або довготермінового періоду, достатнього для реструктуризації або перебудови бізнес-процесів.	Домінування короткотермінового періоду для оптимізації поставок
Функціональний впив	Стратегічний, який поширюється на усі бізне-процеси	Забезпеченість окремих бізнес-процесів

Найчастіше науковці виокремлюють такі види посередників: дилер, дистрибутор, джокер, комісіонер, агент, комівояжер, збутові філії, маклер, торгові представники, торгові синдикати та торгові доми. Підприємства нафтогазового комплексу можуть виконувати посередницьку діяльність за допомогою усіх вищенаведених типів посередників. Отже, підприємство має змогу сконцентруватись на основному виді діяльності видобування нафти чи газу, а усі ризики із збутом та маркетингом покладаються на посередника.[6]

Висновки. Дослідження свідчить, що аутсорсинг є новим прогресивним методом організації управління діяльністю, який полягає у передачі функцій, які не стосуються основного виробництва, аутсорсинговим компаніям, які спеціалізуються саме на цьому і забезпечені висококваліфікованим персоналом. Отже, мова йде про принцип спеціалізації. Запровадження аутсорсингу на вітчизняних підприємствах – це новий вид співробітництва, який дозволить підприємствам ефективніше функціонувати, вивільнити додаткові ресурси і спрямувати їх на розвиток підприємства, а також суттєво посилити конкурентні позиції на ринку. Подальшої розробки потребують питання оцінки економічної ефективності впровадження аутсорсингу на підприємствах, вдосконалення законодавства України в цій сфері, а також налагодження механізму довіри до постачальників аутсорсингу.

Література:

1. Чи корисно ходити на сторону або Що таке аутсорсинг? [Електронний ресурс] // Аудиторсько- консалтингова Корпорація «Глобал Консалтинг». – 2013. – Режим доступу до ресурсу: http://gc.ua/uk/businessnews/chi-korisno-xoditi-na-storonu-abo-shho-take-autsorsing/.
2. Партин Г. О. Основні види аутсорсингу та їх застосування в управлінні діяльністю підприємства / Г. О. Партин, О. В. Дідух // Сучасні проблеми економіки і менеджменту : тези доп. міжнар. наук.-практ. конф., Львів, 10–12 листоп. 2011 р., присвяч. 45-річчю Ін-ту економіки і менеджменту та 20-річчю Ін-ту післядиплом. освіти Нац. ун-ту «Львівська політехніка». – Львів : Вид-во Львів. політехніки, 2011. – С. 637–638.

3. Чижевська Л.В. Професійна діяльність бухгалтера: аутсорсинг, ризики, захист інформації [Текст]: монографія / Л.В. Чижевська, І.М. Вигівська, А.П. Дикий, Л.С. Скакун. – Житомир: ЖДТУ, 2011. – 404 с.
4. Gura O, Stoyanov M. Outsourcing usage in the international arena and in Ukraine [Електронний ресурс] // Gura O, Stoyanov M., Nauka i studia" №18 (149) Przemysl, Poland 2016 P. 73-76.: https://elibrary.ru/item.asp?id=25693368.
5. Штангей Н. М. Аутсорсинг як фактор підвищення міжнародної конкурентоспроможності національної економіки / Н. М. Штангей // Економічна стратегія і перспективи розвитку сфери торгівлі та послуг : зб. наук. пр. – Харків : ХДУХТ, 2007. – Вип. 1 (5), т. 2. – С. 9–12.
6. Дідух О. В. Сутність аутсорсингу та перспективи його застосування в Україні / О. В. Дідух // Економічний простір. – 2011. – №54. – С. 173-182.

Gura Olga,
Candidate of Economic Sciences, Associate Professor of Business Economics
Odessa Financial and Economic College of Kyiv National University of Trade and Economics, Ukraine
Dzhur Evgenia
Bachelor
Odessa Institute of Trade and Economics of Kyiv National University of Trade and Economics, Ukraine

INDUSTRIAL CLUSTERS: ESSENCE AND FEATURES

Гура О.Л.
канд. екон. наук, доцент,
Одеський фінансово-економічний коледж Київського національного торговельно-економічного університету, Україна
Джур Є. Ю.
бакалавр
Одеський торговельно-економічний інститут Київського національного торговельно-економічного університету

ПРОМИСЛОВІ КЛАСТЕРИ: СУТНІСТЬ ТА ОСОБЛИВОСТІ

The article explores the role of clusters in the global economy development and their implementation in the national economy. The innovative nature of clusters and their focusing on lifting the regions economic development is emphasize. The cluster value as an important universal instrument capable of enhancing the economic competitiveness of country is substantiated.

Keywords: *clusters, industrial enterprises, cluster economy model, global economy, competitiveness.*

Стаття досліджує роль кластерів у розвитку глобальної економіки та їх впровадження в національну економіку. Підкреслюється інноваційний характер кластерів, а також їх спрямованість на підйом економічного розвитку регіонів. Обґрунтовується значення кластера як важливого універсального за своїми можливостями інструмента для підвищення конкурентоспроможності економіки країни.

Ключові слова: *кластери, промислові підприємства, кластерна модель економіки, глобальна економіка, конкурентоспроможність.*

На сучасному етапі функціонування української економіки одним з важливих чинників розвитку промислових підприємств є створення та

впровадження промислових кластерів. Вони є своєрідною інноваційною формою організації промислових підприємств. Кластери забезпечують унікальну основу для розвитку інновацій, підвищують продуктивність та прибутковість малих та середніх підприємств. У разі повної глобалізації регіональні структури, які не можуть створити кластери, знаходяться в небезпеці – вони можуть втратити конкурентоспроможність та ринкову стабільність, до того ж настають реальні загрози економічній безпеці регіону.

Мета статті.Метою статті є дослідження сутності кластерів у промисловості та вплив на розвиток національної економіки.

Виклад основного матеріалу. Класичним визначенням кластера можна вважати означення М. Портера. На його погляд, кластери – це сконцентровані за географічною ознакою групи взаємопов'язаних компаній, спеціалізованих постачальників, постачальників послуг, фірм у споріднених галузях, а також пов'язаних з їх діяльністю організацій (університетів, агентствзі стандартизації, торгових об'єднань) в певних галузях, які конкурують міжсобою, але при цьому ведуть спільну роботу [1, с. 256].

Теоретико-методологічне забезпечення кластерної концепції є одним з головних напрямків регіональної економічної науки. Помилково кластерами називають локальні промислові системи, холдинги, промислові агломерації, виробничі мережі та інші територіальні структури, при цьому ігноруючи сутність та природу кластероутворення.

Узагальнюючи зарубіжний досвід дослідження кластерних структур та промислових агломерацій, необхідно виділити наступні критерії для розмежування кластерів і інших форм територіальної організації економіки:

1) Під кластером слід розуміти географічно сконцентровану групу взаємопов'язаних підприємств, що працюють в межах невеликого числа суміжних галузей економіки. Це судження відображає більш глобальну точку зору, що економічна, технологічна і підприємницька діяльність в конкретних галузях економіки має стійку тенденцію до агломерування в певних місцях.

2) У кластерах підприємства можуть співпрацювати не тільки з фірмами-партнерами і суб'єктами освітньої та інноваційної інфраструктури, а й бути складовою частиною локальних виробничих мереж. Найбільш поширеною формою таких мереж є виробничі системи, які засновані на горизонтальній взаємодії фірм на одній стадії виробництва. Використання загальних технологій, бази знань і джерел сировини є однією з умов об'єднання фірм в рамках однієї галузі [2, с. 142].

Кластер багато в чому принципово відрізняється від фінансово-промислових груп або вертикально-інтегрованихструктур, тим, що як в об’єднанні незалежних учасників, у ньому не використовуються ієрархічні відносини для контролю й координації їхдіяльності. Відсутність чіткого центру й чітких меж в структурі кластерасупроводжується ентузіазмом учасників стосовно «відкритої архітектури» івпливає на переміщення фокусу увагиз максимізації власного внутрішньогоприбутку на максимізацію прибутку об’єднання в цілому. Замість твердої спеціалізації у вигляді монопрофільності,

що притаманна ієрархічно організованим централізованим об’єднанням, кластеру властива так званагнучка спеціалізація, здатність до інновацій [3].

До учасників кластера належать:

- органи місцевої влади;
- бізнес-інкубатори;
- торгові асоціації;
- фінансові інститути;
- постачальники сировини;
- університети та науково-дослідні установи;
- підприємства-виробники продукції.

Об'єднана діяльність учасників кластера надасть можливість забезпечувати підприємствам більший прибутокпорівняно з тим, який би вони отримували, працюючи відокремлено. Кластерна форма співпраці сприяє більш гнучкому реагуванню промислових підприємств на зміни.

Можна сформулювати категорію кластерів як групи промислових підприємств, які кооперуються і підтримують одне одного, що сформувалася на основі територіальної концентрації основного виробництва, мережі спеціалізованих постачальників і споживачів, пов’язаних між собою технологічними ланцюгами [4].

Кластер є продуктом ринкових погоджень, що мінімізує трансакційні витрати його учасників і забезпечує додаткові конкурентні переваги. Як правило, він формується з ініціативи провідного підприємства або знизу, коли самі підприємства за для підвищення своєї конкурентоспроможності приходять до висновку про необхідність об'єднання. Джерелами конкурентоспроможності при цьому є чотири групи детермінант конкурентних переваг:

- факторні умови: людські й природні ресурси, науково-інформаційний потенціал, капітал, інфраструктура, а також фактори якості життя;
- умови внутрішнього попиту: якість та зростання попиту, їхня відповідність тенденціям розвитку попиту на світовому ринку;
- суміжні й обслуговуючі галузі (кластери галузей): сфери надходження сировини й напівфабрикатів, сфери надходження устаткування, сфери використання сировини, устаткування, технологій;
- стратегія й структура фірм, внутрішньогалузева конкуренція: цілі, стратегії, способи організації, менеджмент фірм, внутрішньогалузева конкуренція [3].

Кластери стимулюють регіональну конкурентоспроможність трьома способами:

1) За рахунок підвищення продуктивності бізнесу.
2) Шляхом підвищення їх інноваційної здатності, яка лежить в основі підвищення продуктивності в майбутньому.
3) Стимулюючи створення нових підприємств, які розширяють та укріпляють кластер.

Але поряд із позитивними аспектами концепція промислових кластерів має і певні недоліки в застосуванні:

1) у ній не враховується багатогалузевий характер промислового виробництва, перевага віддається лише кластерам певного виду діяльності та суміжних виробництв. У межах промислових комплексів конкурентні переваги одержує не лише певна вузькоспеціалізована галузь, а й багато різноманітних видів промислової діяльності, які тісно взаємопов'язані на території;

2) недостатньою мірою реалізуються ідеї економії виробництва за рахунок переваг вигідного розміщення на території. Головна увага приділяється саме "географічному скупченню фірм", що розвивається як відокремлена замкнена система і не дуже залежить від зовнішніх факторів зростання та властивостей середовища;

3) кластерна теорія не має розвиненого апарату для аналізу факторів конкурентоспроможності промислових підприємств, недостатньо уваги приділяється чинникам соціальної перетвореності середовища, комунікативності тощо. Прибічники кластерного підходу не досліджують сукупний вплив низки чинників на економічну ефективність і конкурентоспроможність виробництва [5, с. 68].

Реалізація кластерної концепції розвитку промисловості України відбувається на практиці через наступні напрями діяльності:

- сприяння реструктуризації підприємств, визначення пріоритетних напрямів їх розвитку;
- впровадження нових видів технологій та інноваційної діяльності;
- сприяння співпраці приватного і державного секторів, започаткування конкурсних засад у розподілі контрактів;
- визначення потреби в технічній допомозі, сприяння в отриманні позик, розробка бізнес-планів (комітет з питань технічної допомоги й інвестицій);
- підвищення якості продукції, поширення програм “управління якістю” (комітет з питань стандартів якості);
- визначення кваліфікаційних вимог до робітників, впровадження програм підвищення кваліфікації та перепідготовки (комітет з питань освіти);
- вивчення передового досвіду кластерної концепції розвитку промислового виробництва в країнах ЄС, Японії, США, сприяння формуванню міжнародних кластерів (комітет з питань міжнародних зв’язків);
- поширення серед підприємців та широких верств населення інформації стосовно актуальності кластерної концепції розвитку, консультування щодо механізмів підтримки кластерної моделі (комітет з питань зв’язків з громадськістю) [4].

Висновки. Отже, кластери є одним з перспективних ключових елементів розвитку сучасної національної економіки, а саме у розвитку промислових підприємств. Тому доцільно вивчати світовий досвід діяльності кластерів і впроваджувати його в економіці України, враховуючи особливості її розвитку. Кластерна концепція інноваційного розвитку промисловості повинна бути введена до цілісної програми структурної перебудови економіки, реалізуватися за допомогою владних і ринковихінструментів, забезпечуватися максимальним сприянням органами місцевого самоврядування і науковими установами.

Література:

1. Портер М. Конкуренция: пер. с англ. /М. Портер. – М. : Изд. Дом"Вильямс", 2005. – 608 с.
2. Демьянов С.А. Кластер: сущность и природа понятия. / С.А. Демьянов// Устойчивое развитие экономики: состояние, проблемы, перспективы: сборник трудов XI международной научно-практической конференции, УО «Полесский государстсвенный университет», г. Пинск, 21 апреля 2017г. / Министерство образования Республики Белорусь [и др]; редкол.: К.К. Шебеко [и др]. – Пинск : ПолесГУ, 2017. – с. 142 -144.
3. Ємцев В. І. Кластери як сучасна форма квазіінтеграції на мезорівні / В. І. Ємцев // Зб. наук. праць з актуальних проблем економічних наук. – 2012. – С. 74-79.[Електронний ресурс]– Режим доступу:http://dspace.nuft.edu.ua/jspui/bitstream/123456789/9142/1/3.pdf
4. Колодійчук А.В. Кластери як інноваційна форма організації промисловості / А. В. Колодійчук // Економіка харчової промисловості. - 2012. - № 3. - с. 20-23. [Електронний ресурс]– Режим доступу: http://nbuv.gov.ua/UJRN/echp_2012_3_6
5. Іщук С. І. Географія промислових комплексів / С. І. Іщук, О. В. Гладкий. – К. : Знання, 2011. – 375 с.

Gura Olga,
Candidate of Economic Sciences, Associate Professor of Business Economics
Odessa Financial and Economic College of Kyiv National University of Trade and Economics, Ukraine
Kravchenko Anna,
Bachelor
Tiuhtiy Alina
Bachelor
Odessa Institute of Trade and Economics of Ukrainian University of Finance and International Trade , Ukraine

PROBLEMS AND FEATURES OF IMPLEMENTATION OF SWOT-ANALYSIS IN UKRAINE'S MANAGEMENT ENTERPRISES

Гура О.Л.
канд.екон.наук, доцент,
Одеський фінансово – економічний коледж Київського національного торговельно-економічного університету, Україна
Кравченко Г. І.
бакалавр
Тюхтій А.В.
бакалавр
Одеський торговельно-економічний інститут Київського національного торговельно-економічного університету

ПРОБЛЕМИ ТА ОСОБЛИВОСТІ ВПРОВАДЖЕННЯ SWOT-АНАЛІЗУ В УПРАВЛІННІ УКРАЇНСЬКИМИ ПІДПРИЄМСТВАМИ

The article analyzes the main principles behind the SWOT analysis. Methods of optimization of SWOT analysis at Ukrainian enterprises. Proposed ways of further development of this method in the domestic market.

Keywords: *SWOT-analysis, management, enterprise, opportunities, threats, weaknesses, strengths, leader, maximum benefit.*

У статті досліджено основні засади на яких працює SWOT аналіз. Методи оптимізації SWOT аналізу на українських підприємствах. Запрпоновані шляхи подальшого розвитку цього методу на відчизняному ринку.

Ключові слова: *SWOT -аналіз, управління, підприємство, можливості, загрози, слабкі сторони, сильні сторони, керівник, максимальна користь.*

Правильне розуміння особливостей теперішніх ринкових умов в Україні передбачає своєчасну та правильну оцінку підприємствами власних ресурсів і потреб. Зростання конкурентної боротьби та збільшення важко передбачуваного факторного впливу є наслідком підвищення ступеня невизначеності ринку. При таких умовах стратегічний аналіз набуває підвищеної актуальності. Разом з цим важливу роль відіграє SWOT-аналіз як діагностичний прийом стратегічного управління, який передбачає дослідження зовнішнього та внутрішнього середовищ підприємства.

Постановка проблеми. Зовнішнє середовище, в якому діють українські підприємства, змінюється : загострення конкурентної боротьби на насиченому ринку веде до підвищення ступеня його невизначеності, а отже, з'являються непередбачувані чинники ризику. Очевидно, що і пріоритети управління зміщуються при цьому в область управління змінами (управління організаційним розвитком).

Найвагомішим етапом при створенні ефективної стратегії фірми є стратегічний аналіз, який дає адекватну оцінку власних ресурсів і можливостей стосовно стану і потреб зовнішнього середовища, в якому існує фірма. Внаслідок цього, із всіх можливих варіантів обирається найбільш оптимальний. Доцільно розглядати можливості, які відкриваються не тільки перед конкретним підприємством, але і перед його конкурентами на відповідному ринку, де працює або збирається працювати компанія. Ці можливості дають змогу розробити програму відповідних дій. Необхідно також розрізняти сприятливі можливості виду діяльності і компанії. Сприятливі можливості виду діяльності, що домінують або виникають, найбільш підходять компанії, яка має конкурентні переваги або інші можливості для зростання. Кожне поле цієї матриці має певні позначення:

- поле СіМ – поєднання сильних сторін і можливостей;
- поле СлМ – поєднання слабких сторін і можливостей;
- поле СіЗ – поєднання сильних сторін і загроз;
- поле СлЗ – поєднання слабких сторін і загроз.

Матрицю SWOT-аналізу наведено у таблиці 1 [2].

Таблиця 1

Матриця SWOT-аналізу

	Можливості	Загрози
Сильні сторони	Поле «СіМ»	Поле «СіЗ»
Слабкі сторони	Поле «СлМ»	Поле «СлЗ»

На кожному з цих полів дослідник повинен розглянути всі парні комбінації й виокремити ті, які мають бути враховані під час розроблення стратегії поведінки організації. Відносно тих пар, які потрапили на поле СіМ, розробляють стратегію використання сильних сторін організації для того, щоб

отримати віддачу від можливостей, які з'явились у зовнішньому середовищі. У цій ситуації фірма повинна вживати активних заходів для зміцнення своєї позиції на ринку шляхом збільшення своєї частки, диверсифікації продуктів, виведення на ринок товарів-новинок.

Для тих пар, що опинились на полі СлМ, стратегія має бути побудована так, щоб за рахунок наявних можливостей спробувати подолати існуючі в компанії слабкі сторони. У цьому випадку доцільно концентрувати увагу на зниженні рівня витрат і підвищенні конкурентоспроможності продукції, створенні спільних підприємств для активної роботи на перспективному ринку.

Якщо пара знаходиться на полі СіЗ, то стратегія повинна передбачати використання сили організації для усунення загроз. Зокрема, ефективними будуть стратегії, спрямовані на пом'якшення зовнішніх загроз на ринку шляхом диверсифікації (освоєння нових товарів і ринків) та інтеграції бізнесу.

Для пар, розташованих на полі СлЗ, організація повинна виробляти таку стратегію, яка давала б змогу як позбутися слабкості, так і спробувати відвернути існуючу загрозу. У такій ситуації фірма часто вимушена згортати діяльність, тим не менше, керівництву доцільно вжити заходів щодо збереження позиції на ринку. Елементами стратегії у цьому випадку можуть бути перепрофілювання, концентрація на вузькому сегментові ринку, реінвестування коштів в інші сфери, об'єднання з іншою організацією тощо.

Отже, SWOT-аналіз – це діагностична процедура оцінки стану компанії та тенденцій її розвитку. Перевагами SWOT-аналізу є систематизація знань про внутрішні та зовнішні фактори, що впливають на процес стратегічного управління, визначення конкурентних переваг та формування стратегічних пріоритетів, періодична діагностика ринку та ресурсів фірми.

Типовою помилкою, якої припускаються українські менеджери при застосуванні SWOT- аналізу, є складання надто великого переліку сильних і слабких сторін, загроз і можливостей і, відповідно, варіантів стратегічних дій, що утруднює розроблення чіткого стратегічного плану. Матриця SWOT, як правило, є ефективнішою, коли у кожному квадранті перелічено приблизно шість позицій. Тому доцільно акцентувати увагу на найважливіших (з погляду ринкових умов та покупців) характеристиках зовнішнього та внутрішнього середовищ [3].

Крім того, при заповненні матриці необхідно уникати підміни окремих позицій SWOT готовими конкретними заходами, яких може вжити підприємство, оскільки це призводить до дублювання переліків елементів матриці та стратегічних дій компанії.

Для того, щоб уникнути зазначених помилок і отримати максимальну користь від SWOT-аналізу [4].

1. Необхідно ретельно визначити сферу кожного SWOT-аналізу. Компанії часто проводять загальний аналіз, що охоплює бізнес загалом. Ймовірно, він буде дуже узагальненим і неефективним для менеджерів, яких цікавлять можливості на конкретних ринках або сегментах. Фокусування SWOT-аналізу, наприклад, на конкретному сегменті, забезпечить виявлення найважливіших для нього сильних і слабких сторін, можливостей і загроз.

2. Варто усвідомити чіткі відмінності між елементами SWOT: силами, слабкостями, можливостями і загрозами. Сильні і слабкі сторони – це внутрішні риси компанії, отже, вони їй підконтрольні. Можливості і загрози пов'язані з характеристиками ринкового середовища і непідвладні впливу організації.

3. Доцільно використовувати різноманітну вхідну інформацію. Також не варто доручати проведення аналізу одній особі, оскільки він не буде таким точним і глибоким, як аналіз, про- ведений у вигляді групової дискусії і обміну ідеями. Важливо розуміти, що SWOT-аналіз повинен ґрунтуватися на об'єктивних фактах і даних досліджень.

4. Треба уникати докладних і двозначних заяв. Чим точнішими будуть формулювання, тим кориснішим і результативнішим буде аналіз.

Оскільки бізнес в Україні має свою специфіку, спроба безпосередньо перенести зарубіжні методики стратегічного управління, зокрема SWOT-аналізу, на вітчизняні економічні реалії викликає додаткові труднощі. Тому рекомендують керівникам застосовувати ці методики, особливо SWOT-аналіз, на проміжному етапі дослідження – для поглибленого аналізу ситуації підприємства, а далі покладатися на свою інтуїцію, тобто обмежитися використанням цієї моделі для генерації власних, нових стратегічних ідей [5].

Висновки та перспективи

1. SWOT-аналіз – це інструмент стратегічного аналізу, суть якого полягає у встановленні зв'язків між найхарактернішими для підприємства можливостями, загрозами, сильними сторонами (перевагами) і слабкостями, результати якого надалі можна використати для формулювання і вибору стратегій підприємства.

2. SWOT-аналіз є необхідним компонентом регулярного стратегічного управління, оскільки він дає змогу оперативно оцінити становище фірми.

3. Перевагами SWOT-аналізу є систематизація знань про внутрішні та зовнішні фактори, що впливають на процес стратегічного управління, визначення конкурентних переваг та формування стратегічних пріоритетів, періодична діагностика ринку та ресурсів фірми. До позитивних якостей цього інструмента належать його простота і можливість залучення до обговорення досліджуваних проблем широкого кола керівників і спеціалістів.

4. Подальші дослідження могли б полягати у поєднанні SWOT-аналізу із технологіями та інструментами бізнес-інжинірингу, які спираються на систему інформаційних моделей підприємства і моделей зовнішнього середовища. Спеціальні модулі таких програм дають змогу фіксувати, проводити моніторинг і зіставляти SWOT-чинники, що впливають на стратегічні рішення з вибору можливих напрямів розвитку компанії.

Література:

1. Виханский О.С., Наумов А.И. Менеджмент: Учебник. – 3-е изд. – М.: Экономистъ, 2015. – 528 с.: ил.
2. SWOT-аналіз – основа формування маркетингових стратегій підприємства: Навчальний посібник/ Під ред. д.е.н., проф.. академіка АЕН України, зав. кафедри маркетингового менеджменту Донецького державного університету економіки і торгівлі ім. Михайла Туган-Барановського Л.В. Балабанової. – Донецьк: ДонДУЕТ, 2014. – 180 с.

3. Hugh Macmillan, Mahen Tampoe. Strategic management. // http://ihtik.lib.ru.
4. SWOT-анализ: сильные и слабые стороны, возможности и угрозы / Л. Симкин, С. Дибб. Практическое руководство по сегментированию рынка[Електронний ресурс]. – Режим доступу: . //http://www.iteam.ru.
5. Токарев В. Применение SWOT-анализа при разработке стратегии фирмы. [Електронний ресурс]. – Режим доступу: //http://www.rcb.ru.
6. Інвестиційний аналіз (модульний курс): Навчальний посібник /О.Л. Гура, І.В. Степанова. - 2-ге вид, перероб. і доп. – Одеса: Атлант, 2015.- 232с.

Gura Olga,
Candidate of Economic Sciences, Associate Professor of Business Economics
Odessa Financial and Economic College of Kyiv National University of Trade and Economics, Ukraine
Pavliuk Olga,
Bachelor
Makedonska Mariia
Bachelor
Odessa Institute of Trade and Economics of Ukrainian University of Finance and International Trade, Ukraine

INVESTMENT ATTRACTIVENESS OF AGROINDUSTRIAL COMPLEX OF UKRAINE: CURRENT STATE AND PROSPECTS OF DEVELOPMENT

Гура О.Л.
канд.екон.наук, доцент,
Одеський фінансово-економічний коледж
Київського національного торговельно-економічного університету, Україна
Павлюк О.С.
бакалавр
Македонська М.В.
бакалавр
Одеський торговельно-економічний інститут
Київського національного торговельно-економічного університету

ІНВЕСТИЦІЙНА ПРИВАБЛИВІСТЬ АГРОПРОМИСЛОВОГО КОМПЛЕКСУ УКРАЇНИ: СУЧАСНИЙ СТАН ТА ПЕРСПЕКТИВИ РОЗВИТКУ

The article analyzes the investment environment of the agro-industrial complex of Ukraine. The main problems of stabilization and factors that negatively influence investment activity of agricultural enterprises are determined. The main directions of investment development of agroindustrial complex in the national economy are outlined.

Key words: *investment, investment climate, modernization, agro- industrial complex, competitiveness, investor, foreign investments, technical equipment, state regulation.*

У статті проаналізовано інвестиційне середовище агропромислового комплексу України. Визначено основні проблеми стабілізації та чинники, що негативно впливають на інвестиційну діяльність сільськогосподарських підприємств та окреслено основні напрями інвестиційного розвитку агропромислового комплексу у вітчизняній економіці.

Ключові слова: *інвестиції, інвестиційний клімат, модернізація, агропромисловий комплекс, конкурентоспроможність, інвестор, іноземні інвестиції, технічне оснащення, державне регулювання.*

На сучасному етапі розвитку економіки України агропромисловий комплекс є ключовим сектором, який формує продовольчу, екологічну та економічну безпеку, забезпечує розвиток технологічно пов'язаних галузей та створює соціально-економічні умови сільського розвитку. Україна, як аграрна країна, має всі передумови – в тому числі вигідне географічне положення, сприятливий клімат, родючі ґрунти, морські порти та кваліфіковані кадри – для того, щоб стати світовим виробником та експортером сільськогосподарської продукції.

Постановка проблеми. Сучасне суспільство важко уявити без такого економіко-правового явища, як інвестування. Однією з найпотужніших галузей, яка потерпає від нестачі інвестиційного капіталу, є сільське господарство України. Тому з метою ефективного розвитку аграрний сектор потребує значних інвестиційних надходжень та створення сприятливого інвестиційного клімату, що є основним завданням нашої держави. Старе виробництво, відсутність коштів на модернізацію виробництва, недосконала законодавча база, слабка підтримка держави, нестача кваліфікованої робочої сили роблять процес інвестування у цей сектор непривабливим для інвестора. Крім цього, це дасть поштовх для економічного зростання країни та покращення рівня життя населення. Але політична та економічна нестабільність країни, недосконала законодавча база, низький рівень інвестиційної привабливості українського сільського господарства для іноземних інвесторів сьогодні негативно впливають на інвестиційний клімат країни.

Аналіз останніх досліджень і публікацій. Проблематикою даної теми займалася велика кількість учених: Бланк І.О., Геєць В.М., Данилишин Б.М., Дейнеко Л. В., Загородній А.Г., Л.М. Борщ, О.М. Тарабукіна, Є.О. Ланченко, Н.В. Петруня, І.В. Шалигіна та інші. Проте питання, пов'язані із проблемами інвестування та розвитку агропромислового комплексу України, залишаються відкритими. Тому аналіз залучення іноземних інвестицій до агропромислового комплексу України з метою пошуку механізмів покращання залучення ПІІ (прямих іноземних інвестицій) потребує подальших наукових досліджень та значних змін.

Мета статті. Метою дослідження є аналіз стану та проблем інвестування в галузі агропромислового комплексу України, дослідження факторів, що сприяють підвищенню інвестиційної привабливості й конкурентоспроможності.

Виклад основного матеріалу. Відповідно до Закону України "Про іноземні інвестиції", до іноземних інвестицій відносяться усі види цінностей, вкладених безпосередньо іноземними інвесторами в об'єкти підприємницької й інші види діяльності з метою одержання прибутку (доходу) чи досягнення соціального ефекту [1].

Аграрний сектор має важливе стратегічне значення для української економіки. Він формує близько 60% фонду споживання населення, забезпечує значний рівень працевлаштування в сільській місцевості та є одним з основних бюджетоутворюючих секторів національної економіки, забезпечуючи у період кризи близько 15% ВВП. Вагомий вплив на інвестиційну привабливість держави здійснюють будь-які політико-економічні кризи всередині країни,

внаслідок чого перед сільськогосподарськими товаровиробниками постійно постає питання пошуку джерел фінансування виробничо-господарської діяльності, резервів оновлення матеріально - технічного забезпечення.

Одним із основних показників, якими інвестор керується під час вибору інвестиційного проекту є оцінка інвестиційної привабливості, оскільки саме вона дає змогу реально оцінити стан галузі, що досліджується, та визначається в результаті детального економічного аналізу стану підприємств регіонів та країни у цілому.

Проаналізувавши інвестиційну привабливість галузі сільського господарства шляхом рейтингових оцінок, з'ясовано, що агропромисловий комплекс у м. Київ та Київській області займає перше місце за інвестиційною привабливістю. Друге, третє та четверте місця поділяють Запорізька, Дніпропетровська та Полтавська області. Взагалі, в агропромисловій діяльності за рейтингом інвестиційної привабливості лідерами є Центральний регіон та Дніпропетровська область, у харчовій промисловості – Центральний регіон, Черкаська, Чернігівська та Львівська області, у борошномельній, круп'яній і комбікормовій – м. Київ, Херсонська, Закарпатська та Львівська області.

У 2015 році частка продукції АПК у зовнішній торгівлі України досягла 38% [2]. Це означає, що продаж продуктів харчування приносить значні дохід і в бюджет, і приватному бізнесу. Надходження від продажу кукурудзи, соняшникової олії та інших товарів здійснюють позитивний вплив на платіжний баланс України і служить підтримкою для нестабільної економіки і навіть курсу національної валюти.

Стратегічною задачею України є підвищення конкурентоспроможності сільськогосподарської продукції та інвестиційної привабливості АПК України. До заходів щодо покращання інвестування в агропромисловий комплекс належать технічна реконструкція та модернізація, капіталовкладення в охорону навколишнього природного середовища та зміцнення виробничої і соціальної інфраструктури підприємства [3, с.52]. Основними напрямами інвестиційної програми є пошук заходів щодо покращання інвестиційної привабливості галузей АПК: визначення потреби регіону в інвестиціях для реалізації загальнодержавних інвестиційних програм, а також джерел і форм надходження інвестицій.

Таблиця 1

Чинники, що впливають на інвестиційний клімат АПК України

Позитивні чинники	Негативні чинники
Сприятливі природно-кліматичні умови	Недосконала нормативно-правова база, поширення корупції, тіньової економіки
Високий потенціал підвищення врожайності	Нестабільність податкової та митної політики стосовно АПК
Вигідне транспортно-географічне розташування на перетині торговельних потоків між Азією, Близьким Сходом та Західною Європою	Високий рівень інфляції та нестабільний курс національної валюти, наявність квот на експорт
Наявність робочої сили	Невизначеність статусу земель

Інвестиційний клімат АПК України формується під впливом як позитивних, так і негативних чинників (табл. 1).

Таким чином, обсяги капітальних інвестицій в АПК залежать від різноманітних чинників, більшість з яких не можливо оцінити у кількісному вимірі. Інвестиційні відносини у сфері сільського господарства неповною мірою відповідають вимогам ринкової економіки, оскільки недосконалий механізм інвестування: держава недостатньо підтримує сільське господарство, збиткова діяльність багатьох сільськогосподарських підприємств не дозволяє забезпечувати повернення отриманих інвестицій.

Актуальною проблемою реалізації інвестиційної політики є технічна модернізація сільськогосподарського виробництва. Однак в умовах поліпшення загальної ситуації у сільському господарстві рівень технічного оснащення сільськогосподарських підприємств погіршується. Питома вага техніки, що відпрацювала свій фізичний ресурс, збільшується. У зв'язку із щорічним зменшенням кількісного складу машинно-тракторного парку та його балансової вартості у сільськогосподарських підприємств зменшуються можливості власних традиційних джерел оновлення та поповнення машинно-технологічного парку (таких, як амортизаційний фонд та прибуток) [4, с.60]. Основна проблема технічного оновлення – кошти. Всього для відновлення машинно- тракторного парку у повному обсязі необхідні капіталовкладення у розмірі 50 млрд.грн.

Новою формою інвестування аграрного сектора, зокрема придбання техніки, є впровадження фінансового лізингу [5, с.144]. Завдяки лізингу сільськогосподарські товаровиробники мають можливість отримати для виробництва вкрай необхідні машини і обладнання без одночасної оплати їх вартості та мобілізації власних коштів для купівлі, а лізингові платежі проводити в період експлуатації цієї техніки, тобто за рахунок економічного ефекту, отриманого від використання нової техніки. У розвинутих країнах до 50% капіталовкладень здійснюється за рахунок лізингових операцій. В Україні поки що не використовуються повною мірою можливості цього фінансового інструменту.

Інвестиційну проблему у сільському господарстві, незважаючи на її масштабність, можна вирішити. Для цього не потрібні прямі державні інвестиції у великих обсягах і мета яких полягає в забезпеченні реалізації обмежених державних пріоритетів у галузі: підтримка селекції у насінництві і тваринництві, захист навколишнього природного середовища, розвиток окремих напрямів соціальної сфери села, мережі сільських доріг тощо. Одним із головних складових компонентів створення привабливого інвестиційного клімату в АПК є обмеження негативного втручання органів виконавчої влади у функціонування аграрного сектора [6,с.200]. Проведення органами виконавчої влади вивіреної політики щодо створення сприятливого інвестиційного середовища гарантуватиме надходження додаткових інвестицій в агропромисловий комплекс.

Висновки. Отже, інвестиції є основою розвитку підприємств, окремих галузей та економіки країни в цілому. Слід відмітити, що стан інвестиційної

діяльності в аграрному секторі економіки України знаходиться на низькому рівні. Інвестиційний клімат є несприятливим для інвесторів. Сам інвестиційний процес розглядається як довгострокове вкладення коштів в цілях створення нових і модернізації діючих сільськогосподарських підприємств, інвестор, в свою чергу, прагне отримати швидкий дохід з мінімальним ризиком.

Для створення прозорих умов вільного обігу капіталу будуть здійснені заходи щодо: забезпечення прозорості прийняття рішень центральними та місцевими органами виконавчої влади; поширення практики публічних обговорень проектів нормативно - правових актів з питань інвестиційної діяльності; удосконалення механізмів фінансового оздоровлення підприємств; відбору інвестиційних проектів з державними інвестиціями на конкурентних засадах; стимулювання діяльності та страхування інвестиційних ризиків; створення банків даних про інвестиційні проекти та потенційних інвесторів та інші. Таким чином, сучасні тенденції аграрного інвестиційного процесу мають складний і переважно несприятливий характер. У зв'язку з інвестиційним спадом в аграрній сфері сформувалася і продовжує загострюватися масштабна інвестиційна проблема. Для її вирішення передусім необхідно врегулювати економічні взаємовідносини між сільським господарством та іншими галузями економіки; створити механізми кредитного забезпечення інвестиційної діяльності товаровиробників, зокрема іпотеки; сприяти залученню у сільське господарство інвестицій з інших галузей, насамперед переробної промисловості АПК; ввести в дію механізми підтримки і стимулювання інноваційного розвитку аграрної сфери.

Вирішення інвестиційної проблеми – життєво важлива і необхідна умова як для сільського господарства, так і для держави в цілому. Головна вада сучасного українського сільського господарства виявляється у його не конкурентоспроможності, що є наслідком перетворення колись потужного індустріалізованого сільськогосподарського виробництва на окремі малопотужні та недостатньо механізовані господарства.

Отже, маючи такі вагомі важелі регулювання, як податкову, бюджетну, грошово-кредитну, антимонопольну, цінову та амортизаційну політику, держава має суттєво впливати на мотивацію розвитку інвестиційної діяльності в АПК. А виважена державна інвестиційна політика в аграрній сфері АПК мусить стати одним з найголовніших напрямів виходу з фінансової і матеріально-технічної кризи, в яку потрапила українська аграрна економіка.

Література:

1. Про іноземні інвестиції: Закон України [Електронний ресурс]: від 13.03.1992 № 2198-XII, редакція від 01.01.2008 на підставі 1026-16 // Законопроекти /. – Режим доступу: http://zakon1.rada.gov.ua/cgi-bin/laws/main.cgi?nreg=2198-12.
2. Гайдуцький А. П. Формування аграрного ринку – шлях до фінансової стабілізації та інвестиційної привабливості сільського господарства [Електронний ресурс] / А. П. Гайдуцький. – Режим доступу: http://magazine.faaf.org.ua/content/view/92/35/
3. Щурик М.В. Інвестування сільського господарства: інвестиційні пріоритети на напрямки [Текст] / М.В. Щурик, М.М. Щурик // Статистика України. – 2006. – № 4. – С. 51 – 55.

4. Жарун О.В. Фактори активізації інвестиційного клімату в АПК / О.В. Жарун // Матеріали Всеукр. наук. конф. молодих учених – Умань : УДАУ, 2008. – С. 59–61
5. Чіп Л. О. Особливості інвестиційного клімату в Україні / Л. О. Чіп // Вісник Полтавської державної аграрної академії. – 2014. – № 3. – С. 142–146
6. Інвестиційний аналіз (модульний курс): Навчальний посібник /О.Л. Гура, І.В. Степанова. - 2-ге вид, перероб. і доп. – Одеса: Атлант, 2015.- 232с.

Gura Olga,
Candidate of Economic Sciences, Associate Professor of Business Economics
Odessa Financial and Economic College of Kyiv National University of Trade and Economics, Ukraine
Rudenko Tatiana,
Bachelor
Tishchenko Victoria
Bachelor
Odessa Institute of Trade and Economics of Ukrainian University of Finance and International Trade , Ukraine

THE ROLE OF STARTUP INCUBATORS IN THE DEVELOPMENT OF SMALL BUSINESS

Гура О.Л.
канд.екон.наук, доцент,
Одеський фінансово-економічний коледж
Київського національного торговельно-економічного університету, Україна
Руденко Т. С.
бакалавр
Тіщенко В.А.
бакалавр
Одеський торговельно-економічний інститут
Київського національного торговельно-економічного університету

РОЛЬ СТАРТАП-ІНКУБАТОРІВ У РОЗВИТКУ МАЛОГО БІЗНЕСУ

The article deals with the theoretical aspects of startups and the main differences between them. The current state of startups in Ukraine. Successful international startups are analyzed.

Keywords: *startup, investment, state support, business incubator, best ideas, business accelerators.*

У статті розглянуто теоретичні аспекти стартапів та основні відмінності між ними. Сучасний стан стартапів в Україні.Проаналізовано успішні міжнародні стартапи.

Ключові слова: *стартап, інвестиції, державна підтримка, бізнес-інкубатор,кращі ідеї, бізнес-акселератори.*

Незважаючи на складні економічні умови, стартапів в Україні з кожним роком стає все більше. За даними GrowthUP Group, у 2015 році український ринок інноваційних бізнес-проектів виріс на 20-30%. Хоча не всі стартап-проекти доходять до стадії продажу продуктів, така тенденція позитивно впливає на розвиток економіки країни, формує її позитивний інвестиційний імідж і дозволяє молодим бізнесменам реалізувати свою комерційну ідею.

Постановка проблеми. Запустити стартап в Україні не так просто. При цьому, це стосується не тільки нашої країни, а й перспектив молодих амбітних підприємців за кордоном.

Зараз в Україні найпопулярніші – ідеї, пов'язані зі створенням різних дивайсів, систем підключення до Інтернету, інтернет-іграшки, різноманітні технічні рішення для ведення електронної торгівлі, а також ідеї, які можуть вдосконалити роботу з серверами і сайтами. Але стартап – це не тільки IT-сфера, а й інші нові ефективні рішення в бізнесі.

Постає завдання: як перевірити, чи є в бізнесі інноваційна складова.Справа не тільки в продукті, а й в рішеннях, які є унікальними, новаторськими. Часом, в Україні найбільш новаторський продукт – найпростіший, але якісний.

Але на створенні ідеї проблеми з реалізацією інноваційного бізнес-проекту не закінчуються, оскільки, як і в будь-якому бізнесі, виникає маса питань, формулювання нових завдань, розподіл ресурсів і організація роботи команди. Вона також стверджує, що труднощі очікують практично на кожному етапі. І сам процес реалізації інноваційного бізнесу є найважчим.

Інвестиції для реалізації ідеї в Україні знайти можна. Ідея повинна бути хороша і протестована – це означає, що потрібно провести дослідження аудиторії та її запитів [1].

Стартап-інкубатор: в інкубатор підприємці можуть прийти ще на етапі ідеї. Він підтримує стартап на ранніх етапах, ще до переходу в стадію зрілого бізнесу. Інкубатор не інвестує гроші і не збирається отримувати частку в проекті, просто надає місця для роботи, дає поради, стає майданчиком для співпраці між підприємцями.

Діяльність інкубаторів:

- Стартаперів навчають. На різних тренінгах пояснюють, як створити презентацію, як підготуватися до роботи з інвесторами.
- Командам дають ментора. За групою стартапу закріплюють фахівця, який є найбільш компетентним у сфері проекту. Окрім того, деякі акселератори пропонують консультації бухгалтерів, юристів, маркетологів.
- Інкубатори надають інфраструктуру. Найчастіше стартап-інкубатори дають своїм підопічним місце для роботи (щось на зразок коворкінгу).
- Учасники їздять за кордон. Часто команду стартапу або хоча б одного її учасника відправляють переймати досвід за кордон: у Європу, Кремнієву або Кремнієву долину у США тощо.
- Акселератори інвестують. Не всі, але деякі акселератори надають проектам стартовий капітал або ж залучають до співпраці бізнес-ангелів (це люди, які вкладають гроші у стартап, не потребуючи вигоди).
- Стартапери беруть участь у тематичних заходах. Це важлива складова, де команда отримує нові ділові знайомства, спілкується з фахівцями своєї галузі[2].

Отже, можливості, які відкривають інкубатори допомагають молодим перспективним ідеям реалізуватися і стати відомими.

Найпоширеніші помилки стартаперів, які звертаються до інкубаторів:

•Погана ідея. Вона не вирішує жодних проблем або ж занадто вузькоспеціалізована, цікава лише дуже обмеженому колу людей.

•Незлагоджена команда. Учасники не мають мотивації, не до кінця розуміють, хто чим займається, які ролі у проекті виконують, не домовилися про розподіл прибутку.

•Неефективно доносять інформацію до інвестора. Засновники стартапу часто дуже загально розповідають про унікальність своєї ідеї, розмито говорять про переваги.

•Не досліджують ринок. Не можуть відповісти на запитання про своїх конкурентів, про аудиторію, про прогнозований прибуток.

•Не працюють з аудиторією. Не розповідають своїм потенційним клієнтам про їхню вигоду від цього проекту, не пояснюють доступно своїх переваг.

•Одразу просять грошей у інвестора. Вважають, що усе, що їм потрібно для успіху стартапу – це інвестиції, і не працюють над своїми помилками.

•Не мають бізнес-плану. Не продумали покроковий шлях стартапу, не створили стратегію розвитку.

•Стартап географічно локалізований, не масштабується на світ. Це завідомо програшна модель, бо принесе дуже мало прибутку, вкладати у неї невигідно[3].

Кращі стартапи, які зібрали велику кількість грошей за 2017 рік.

Впливове американське видання Business Insider опублікувало список найпривабливіших для інвесторів стартапів, які запустилися в цьому році

Рейтинг складали на основі тривалих бесід з венчурними фахівцями і засновниками бізнесу. Деякі стартапи знаходяться лише на початковій стадії розвитку, інші - вже досить розвинені. Однак і ті, й інші знайшли спосіб зацікавити інвесторів.

1. Essential зважилася потіснити на ринку Apple і Samsung

Головною "фішкою" компанії став смартфон, над створенням якого команда працювала протягом кількох років - Essential Phone.

Компанія планує запустити лінійку техніки для дому, яку можна буде контролювати з телефону - від лампочки до тостера. $ 330 млн інвестицій повинні були б допомогти їм це реалізувати.

2. Brandless - товари для покоління міленіалов

Головна ідея: продавати на сайті все по $ 3 і залучати якомога більше маловідомих марок, адже людям цієї категорії зазвичай байдужі лейбли. Brandless обіцяє забезпечити широкий асортимент товарів - від мила і масла до кухонних ножів. Схоже, інвестори їм повірили - $ 50 млн залучених коштів свідчать про це найкраще.

3. Forward створять ідеальний кабінет лікаря

Forward вирішив, що треба більше уваги приділити облаштуванню кабінету лікаря. Вони пропонують облаштувати його інноваційною технікою, щоб приписи лікаря записувати не медсестра, а штучний інтелект.

4. Аркадні ігри для віртуальної реальності - VR Nomadic

Цей напрямок в Геймінг, де ігровий процес навмисне прімітізіруют. Сюди відносяться гри з серії "файтинг", частина ігор жанру "гонки", частина ігор жанру "шутер".$ 6 млн інвестицій з березня - непогано як для відносно простої іграшки, в яку додали віртуальну реальність.

5. DeepMap - "очі" для безпілотних автомобілів

Колишні працівники Google, які створили цей проект, зважилися створювати карти для безпілотних автомобілів і вже зуміли залучити більше $ 32 млн інвестицій.

6. The Hound перевірить рівень марихуани в крові

Діє The Hound подібно алкотестеру: ви дуєті в трубочку, а гаджет аналізує концентрацію тетрагидроканнабинола (ТГК) - це те, що викликає психотропний ефект від марихуани. Пристрій тільки почали розробляти, але ідея вже змогла залучити $ 8,1 млн.

7. Redwood Materials - ресайклінгової технології від розробників Tesla

Крім мінімалістичного сайту, містичності йому додає також те, що Redwood Materials зумів залучити вже $ 2 млн - від невідомих інвесторів.Керують компанією два експерти з Tesla, що привертає до неї ще більше уваги.

8. Virta Health хоче здолати діабет другого типу

Компанія заявила про те, що хоче допомогти людям здолати діабет другого типу без медикаментів та операцій. Замість цього команда Virta Health пропонує модель лікування, де задіяні лікарі, тренери і "розумні помічники", які будуть аналізувати біохімію діабету і намагатися його подолати.

9. Atrium - новий підхід до юридичних послуг

Команда Atrium вважає, що те, як зараз працює юридична сфера, вже не відповідає часу. Тому вони пропонують провести своєрідну революцію і обіцяють, що технологія Atrium збільшить рівень відкритості та швидкість обслуговування клієнтів. Понад 100 інвесторів і $ 10,5 млн залучених коштів лише підтверджують перспективність інновацій в юридичній галузі.

10. VoiceOps - підвищення ефективності рекламних дзвінків

Часто такий маркетинг тільки дратує клієнта. VoiceOps збирається записувати тисячі розмов з клієнтами, аналізувати, що працює, а що - ні, і запропонувати найбільш ефективну рекламну стратегію. Інтерес до стартапу підтверджують $ 1,9 млн інвестицій.

Висновки. По-перше,ідея має бути актуальною і унікальною. Незалежно від того,який проект, стартап в Україні починається з того, що певне коло людей генерують ідею. Ця ідея повинна бути однозначно цікавою та корисною. Після цього стартаперів очікує тяжкий та тернистий шлях.

По-друге, необхідно з’ясувати навіщо запускати цей проект, для якої цільової аудиторії, який це буде прибуток і як вижити на ринку. Навіть якщо здається, що всі ці речі прораховані і складений бізнес-план - це не гарантує того, що це буде мати попит – ринок дуже швидкоплинний, і по-справжньому знайти «власний продукт» можна тільки в процесі роботи.

Література:

11. Лисенко О. Стартапи в Україні і як вони конкурують за кордоном [Електронний ресурс] / О. Лисенко // Інтелектуальна власність. – 2016. – Режим доступу до ресурсу: http://www.intelvlas.com.ua/news/zhurnal-iv/startapy-v-ukrayini-i-yak-vony-konkuruyut-za-kordonom.
12. Ладика І. Що таке стартап-інкубатор і як туди потрапити? [Електронний ресурс] / І. Ладика // Studway. – 2017. – Режим доступу до ресурсу: http://studway.com.ua/startap-inkubator/.
13. Ткаченко П. 12 помилок бізнесменів-початківців. [Електронний ресурс] / П. Ткаченко // Народний оглядач. – 2017. – Режим доступу до ресурсу: https://www.ar25.org/article/12-pomylok-biznesmeniv-pochatkivciv-blog-startap-menedzhera.html .
14. Букатюк У. 17 кращих стартапів 2017 року, які зібрали найбільше грошей [Електронний ресурс] / Ульяна Букатюк // Еспресо. – 2017. – Режим доступу до ресурсу: https://ru.espreso.tv/article/2017/07/23/17_luchshykh_startapov_2017_goda_kotorye_sobraly_bolshe_vsego_deneg .

Zhebka V. V.,
PhD in Economics, Professor,
Malinov V.A.,
Master,
National University of Food Technology, Kyiv

EFFICIENCY OF USING THE INFORMATION TECHNOLOGY TO PROVIDE SAFETY OF THE ENTERPRISE

Жебка В. В.,
к. е. н., професор,
Малінов В. А.,
магістр,
Національний університет харчових технологій, м. Київ

ЕФЕКТИВНІСТЬ ВИКОРИСТАННЯ ІНФОРМАЦІЙНИХ ТЕХНОЛОГІЙ ПРИ ЗАБЕЗПЕЧЕННІ БЕЗПЕКИ ПІДПРИЄМСТВА

The article analyzes and summarizes the international experience of using efficiency. Application of information technologies in the security of the enterprise. Features of providing information security of enterprises are analyzed. The directions of the improvement of the use of information technologies during the formation of the measures on the internal and external security of the enterprise are revealed.

Keywords: *information technologies, enterprise security, provision of economic security of the enterprise, process of information security, software.*

У статті проаналізовано та узагальнено міжнародний досвід використання ефективності застосування інформаційних технологій при забезпеченні безпеки підприємства. Проаналізовані особливості забезпечення інформаційної безпеки підприємств. Виявлено напрямки удосконалення використання інформаційних технологій при формуванні заходів по внутрішній та зовнішній безпеці підприємства.

Ключові слова: *інформаційні технології, безпека підприємства, забезпечення економічної безпеки підприємства, процес захисту інформації, програмне забезпечення.*

Постановка проблеми у загальному вигляді та її зв'язок із важливими науковими чи практичними завданнями. Конфіденційна бізнес інформація входить у сферу підвищеного інтересу з боку конкуруючих компаній. Для недобросовісних конкурентів, корупціонерів та інших

зловмисників, для яких особливий інтерес представляє інформація про склад менеджменту, їх статус та діяльності компанії. Доступ до конфіденційної інформації та її змін можуть нанести істотної шкоди фінансовому становищу компанії. При цьому, інформаційний витік може бути навіть частковий. У деяких випадках навіть забезпечення розкрадання 1/5 конфіденційної інформації може мати критичні наслідки для фінансової безпеки. Причиною витоку інформації, якщо відсутня належна забезпечення інформаційної безпеки організації, можуть бути різні випадковості, викликані недосвідченістю співробітників компанії.

Аналіз останніх досліджень і публікацій, в яких започатковано розв'язання даної проблеми. Проблемам ефективності використання інформаційних технологій при забезпеченні безпеки підприємства присвятили свої роботи відомі зарубіжні та вітчизняні дослідники, зокрема: Г. Андрощук, О. Ареф'єва, В. Геєць, З. Герасимчук, Я. Жаліло, А. Заїнчковський, В. Захарченко, Т. Іванюта, А. Качинський, Д. Ковальов, О. Кузьмін, Л. Мельник, С. Мочерний, В. Мунтіян, Н. Нижник, С. Покропивний, Т. Сухорукова, В. Плетт, Г. Ситник, А. Ревенко, С. Шкарлет, С. Філіппова та ін.

Формулювання цілей статті (постановка завдання). Метою даного дослідження є аналіз ефективності використання інформаційних технологій при забезпеченні безпеки підприємства та на їх основі формування напрямків удосконалення процесу ефективності для українських підприємств.

Виклад основного матеріалу дослідження. Інформаційна безпека передбачає забезпечення захисту даних від розкрадань або змін як випадкових, так і цілеспрямованих. Система забезпечення інформаційної безпеки організації - це ефективний інструмент захисту інтересів власників і користувачів інформації компанії. Слід зазначити, що збиток може бути завдано не тільки несанкціонованим доступом до інформації, він може бути отриманий в результаті поломки комунікаційного або інформаційного обладнання. Особливо актуальна ефективна організація забезпечення безпеки інформаційних банківських систем і установ відкритого типу (навчальні, соціальні та ін.). Для того щоб налагодити належне забезпечення захисту інформації слід мати чітке уявлення про основні поняття, цілі і ролі інформаційної безпеки.

Термін «безпека інформації» описує ситуацію, яка виключає доступ для перегляду, модерації і знищення даних суб'єктами без наявності відповідних прав. Це поняття включає забезпечення захисту від витоку і крадіжки інформації за допомогою сучасних технологій та інноваційних пристроїв.

Захист інформації включає повний комплекс заходів по забезпеченню цілісності та конфіденційності інформації за умови її доступності для користувачів, що мають відповідні права.

Цілісність – поняття, що визначає збереження якості інформації та її властивостей.

Конфіденційність передбачає забезпечення секретності даних і доступу до певної інформації окремим користувачам.

Доступність – якість інформації, що визначає її швидке і точне знаходження конкретними користувачами.

Мета захисту інформації – мінімізація шкоди, збитків внаслідок порушення вимог цілісності, конфіденційності та доступності.

Система безпеки забезпечується роботою таких підрозділів, як:

1. Комп'ютерна безпека. Робота цього підрозділу заснована на прийнятті технологічних і адміністративних заходів, які забезпечують якісну роботу всіх апаратних комп'ютерних систем, що дозволяє створити єдиний, цілісний, доступний і конфіденційний ресурс.

2. Безпека даних – це захист інформації від недбалих, випадкових, неавторизованих, умисне розголошення даних або вторгнення в систему.

3. Безпечне програмне забезпечення – це цілий комплекс прикладних і загально цільових програмних засобів, спрямованих на забезпечення безпечної роботи всіх систем і безпечну обробку даних.

4. Безпека комунікацій забезпечується за рахунок автентифікації систем телекомунікацій, що запобігають доступність інформації неавторизованих особам, яка може бути видана на телекомунікаційний запит.

Система забезпечення інформаційної безпеки організації: комплексний підхід до побудови. Система безпеки потенційних і реальних загроз непостійна, оскільки вони можуть з'являтися, зникати, зменшуватися або наростати. Всі учасники відносин у процесі забезпечення безпеки інформації, будь то людина, держава, підприємство або регіон, являють собою багатоцільові складні системи, для яких важко визначити рівень необхідної безпеки.

На підставі цього система забезпечення інформаційної безпеки організації розглядається як цілий комплекс прийнятих управлінських рішень, спрямованих на виявлення і запобігання зовнішнім та внутрішнім загрозам. Ефективність вжитих заходів ґрунтується на визначенні таких факторів, як ступінь і характер загрози, аналітична оцінка кризової ситуації і розгляд інших несприятливих моментів, які становлять небезпеку для розвитку підприємства і досягнення поставлених цілей. Забезпечення інформаційної безпеки організації базується на прийнятті таких заходів:

1. Аналіз потенційних і реальних ситуацій, які становлять загрозу безпеці інформації підприємства.

2. Оцінка характеру загроз безпеці інформації.

3. Прийняття та комплексний розподіл заходів для визначення загрози.

4. Реалізація вжитих заходів щодо запобігання загрози.

Основна мета забезпечення комплексної системи безпеки інформації для захисту підприємства, це:

• створити сприятливі умови для нормального функціонування в умовах нестабільного економічного середовища;

• забезпечити захист власної безпеки;

• можливість на законний захист власних інтересів від протиправних дій конкурентів;

• забезпечити співробітнику збереження життя і здоров'я.

Запобігати можливість матеріального і фінансового розкрадання, спотворення, розголошення та витоку конфіденційної інформації, розтрати,

виробничі порушення, знищення майна і забезпечити нормальну виробничу діяльність.

Якісна безпеку інформації для фахівців – це система заходів, яка забезпечує:

• захист від протиправних дій;

• дотримання законів, щоб уникнути правового покарання і накладення санкцій;

• захист від кримінальних дій конкурентів;

• захист від несумлінних дій співробітників.

Ці заходи застосовуються в наступних сферах:

• виробничої (для заощадження матеріальних цінностей);

• комерційної (для оцінки партнерських відносин і правового захисту особистих інтересів);

• інформаційної (для визначення цінності отриманої інформації, її подальшого використання і передачі, як додатковий спосіб від розкрадання);

• для забезпечення підприємства кваліфікованими кадрами.

Забезпечення безпеки інформації будь-якого комерційного підприємства ґрунтується на таких критеріях:

• дотримання конфіденційності і захист інтелектуальної власності;

• надання фізичної охорони для персоналу підприємства;

• захист і збереження майнових цінностей.

При такій ситуації за останні роки на вітчизняному ринку розраховувати на якісний захист особистих і життєво важливих інтересів можна тільки за умови:

• організації процесу, орієнтованого на позбавлення будь-якої можливості в отриманні конкурентом цінної інформації про наміри підприємства, про торговельні та виробничі можливості, що сприяють розвиток і здійснення поставлених підприємством цілей і завдань;

• залучення до процесу щодо захисту і безпеки всього персоналу, а не тільки служби безпеки.

Рекомендації розробникам системи інформаційної безпеки:

1. Всі використовувані засоби для захисту повинні бути доступними для користувачів і простими для технічного обслуговування.

2. Кожного користувача потрібно забезпечити мінімальними привілеями, необхідними для виконання конкретної роботи.

3. Система захисту повинна бути автономною.

4. Необхідно передбачити можливість відключення захисних механізмів в ситуаціях, коли вони стоять на заваді для виконання робіт.

5. Розробники системи безпеки повинні враховувати максимальну ступінь ворожості оточення, тобто припускати самі найгірші наміри з боку зловмисників і можливість обійти всі захисні механізми.

6. Наявність і місце розташування захисних механізмів повинно бути конфіденційною інформацією.

Організація забезпечення безпеки інформаційних банківських систем ґрунтується на тих же принципах захисту і передбачає постійну модернізацію

захисних функцій, оскільки ця сфера постійно розвивається і вдосконалюється. Здавалося б, ще недавно створені нові захисні системи з часом стають уразливими і недієвими, ймовірність їх злому з кожним роком зростає.

Принципи системи забезпечення інформаційної безпеки підприємства.

Принцип комплексності. При створенні захисних систем необхідно припускати ймовірність виникнення всіх можливих загроз для кожної організації, включаючи канали закритого доступу і використовувані для них засоби захисту. Застосування засобів захисту повинно збігатися з імовірними видами загроз і функціонувати як комплексна система захисту, технічно доповнюючи один одного. Комплексні методи і засоби забезпечення інформаційної безпеки організації є складною системою взаємопов'язаних між собою процесів.

Принцип ешелонування є порядок забезпечення інформаційної безпеки організації, при якому всі межі захисної системи будуть складатися з послідовно розташованих зон безпеки, найважливіша з яких буде знаходитися всередині всієї системи.

Принцип надійності. Стандарт організації забезпечення інформаційної безпеки повинен стосуватися всіх зон безпеки. Всі вони повинні бути рівносильними, тобто мати однакову ступінь надійного захисту з ймовірністю реальної загрози.

Принцип розумної достатності передбачає розумне застосування захисних засобів з прийнятним рівнем безпеки без фанатизму створення абсолютного захисту. Забезпечення організації високоефективної захисною системою передбачає великі матеріальні витрати, тому до вибору систем безпеки потрібно підходити раціонально. Вартість захисної системи не повинна перевищувати розмір можливого збитку і витрати на її функціонування і обслуговування.

Принцип безперервності. Робота всіх систем безпеки повинна бути цілодобовою і безперервною.

Рекомендації від ICC по захисту інформації на підприємстві. В сучасних умовах інтелектуальна власність має особливу цінність не тільки для бізнесу, але і для всієї державної і міжнародної економіки. Забезпечення захисту інформації, торгових марок, авторських прав та інших об'єктів інтелектуальної власності сприяє успішному розвитку і отримання стабільних доходів. Все частіше впроваджуються технології з використання компаніями інформаційних систем інших власників, яка включає весь цикл від розробки і виробництва продукту до його реалізації, надання послуг і забезпечення роботи технологічних процесів.

Міжнародна торгова палата (МТП) ініціювала розробку рекомендацій щодо забезпечення безпеки інформаційних систем в рамках проекту «Бізнес в боротьбі з контрафактом і піратством» («Business Action to Stop Counterfeiting and Piracy» - «BASCAP»). Ґрунтуючись на досвіді різних компаній, дані рекомендації пропонують практичні заходи по оцінці рівня безпеки інформації, авторських прав та інших об'єктів інтелектуальної власності, що сприяють забезпеченню захисту інтелектуальних прав. Впровадження таких

рекомендацій сприяє підвищенню ефективності подолання ризиків, які пов'язані з контрафактом і піратством.

Документ, розроблений МТП, спрямований на забезпечення керівників всіляких напрямків роботи з інформаційними система, як ефективним інструментом по розробці, впровадженню і внутрішньо корпоративного використання інтелектуальних прав. Він включає технології формування систем забезпечення взаємодії з посередниками та іншими суб'єктами, що використовують розробки в сфері інтелектуальної власності. Велика частина рекомендацій включає опис існуючих напрацювань в даній сфері з практичними прикладами та порадами щодо конкретних типів інтелектуальних прав.

Література:

1. Андрощук Г.А. Экономическая безопасность предприятия: защита коммерческой тайны: монография/ Г. А. Андрощук, П. П. Крайнев; ред. А. Д. Святоцкий. – К.: ВД " Ін Юре ", 2000. – 400 с.
2. Антонюк П.П. Ключові аспекти дослідження соціальної безпеки промислових підприємств / П.П. Антонюк, Н.С. Купчинська // Вісник Хмельницького національного університету. – 2013. – № 3. – Т. 1. – С. 130–134.
3. Васильців Т.Г. Фінансово-економічна безпека підприємств України: стратегія та механізми забезпечення: монографія / Т.Г. Васильців, В.І. Волошин; за ред. Т.Г. Васильціва. – Львів: Ліга-Прес, 2012. – 386 с.
4. Гапак Н.М. Економічна безпека підприємства: сутність, зміст та основи оцінки / Н.М. Гапак // Науковий вісник Ужгородського університету. Серія «Економіка» / ред. кол.: В.П. Мікловда, М.І. Пітюлич, Н.М. Гапак та ін. – Ужгород: УжНУ, 2013. – Вип. 3(40). – С. 62–65.
5. Марченко В.М. Світовий досвід забезпечення соціально-економічної безпеки підприємства / В.М. Марченко, А.В. Бігун // Молодий вчений. – 2015. – № 1(16). – С. 18–21.
6. Отенко І.П. Економічна безпека підприємства: навчальний посібник. Отенко І.П., Іващенко Г.А., Воронков Д.К.: Харків. Вид. ХНЕУ, 2012. –256 с.
7. Савенко М.М. Міжнародний досвід організації економічної безпеки підприємств / М.М. Савенко // Інвестиції: практика та досвід. – 2011. – № 4. – С. 60–63.

Hapak Natalia,
Candidate of Economic Sciences, Associate Professor
Ivano Yulianna
Master
Uzhgorod National University (Ukraine, Uzhgorod)

RESERVES TO IMPROVE THE EFFICIENCY OF THE USE OF FIXED ASSETS

Гапак Наталія,
канд. ек. наук, доцент
Іваньо Ю.В.
магістрант
Ужгородський національний університет

РЕЗЕРВИ ПІДВИЩЕННЯ ЕФЕКТИВНОСТІ ВИКОРИСТАННЯ ОСНОВНИХ ЗАСОБІВ

The article deals with the role of fixed assets in the activity of the enterprise, analyzed the reserves and directions of increasing the efficiency of the use of fixed assets at the enterprise
Key words: *fixed assets, efficiency, reserves, capital intensity, return on assets, profitability.*

У статті розглянуто роль основних засобів у діяльності підприємства, проаналізовані резерви та напрями підвищення ефективності використання основних засобів на підприємстві.
Ключові слова: *основні засоби, ефективність, резерви, фондомісткість, фондовіддача, рентабельність.*

Постановка проблеми. Основні засоби – основний елемент матеріально-технічної бази підприємства, передумова здійснення будь-якого виробничого процесу, тому їх використання повинне бути якомога ефективним. На основні засоби припадає більша частина активів підприємства. Їх склад і структура визначають вид діяльності та виробничу потужність підприємства. В сучасних умовах підвищення ефективності використання основних засобів підприємства є головною проблемою в період переходу до ринкової економіки. Ефективність використання основних засобів залежить від своєчасного одержання обліково-економічної інформації. Таким чином знання про склад, структуру, рух основних засобів, їх аналіз та оцінка використання допоможуть знайти шляхи ефективнішого їх використання і тим самим підвищення конкурентоспроможності продукції підприємства і покращення його фінансового стану. Тому ця проблема набуває великого значення, від ефективності використання основних засобів залежить ефективність всього виробництва та розмір отриманого прибутку.

Формулювання цілей статті. Метою дослідження є обґрунтування ролі основних засобів, пошуки резервів підвищення ефективності їх використання на підприємстві.

Аналіз останніх досліджень і публікацій. Проблема ефективного використання основних засобів підприємств відображена у дослідженнях таких українських економістів, як Т. А. Городня, Т. В. Савицька, І. В. Ковальчук, Г. І. Кіндрацька, М. С. Білик, А. Г. Загородній, Л. І. Шваб, А. В. Череп, А. А. Клименко.

Виклад основного матеріалу. Матеріальною основою виробництва виступають основні засоби. Основні засоби - це вартісна форма існування засобів праці, які тривалий час, не змінюючи при цьому своєї натуральної форми, багаторазово беруть участь у процесі виробництва, поступово спрацьовуються і частинами (як амортизаційні відрахування) переносять свою вартість на вартість виготовленої продукції.

Успішність управління основними засобами підприємства можна розглядати з позиції ефективності їх використання. Основні засоби через тривалий термін експлуатації поступово втрачають свою вартість внаслідок фізичного та морального зношування. Характерною особливістю застосовуваних основних засобів у процесі виробництва є їх відновлення. Для відновлення засобів праці у натуральному виразі необхідне їх відшкодування у вартісній формі, яке здійснюється шляхом амортизації.

Ефективність використання основних засобів – це результат у вигляді отриманого ефекту, що співвідноситься з витраченими ресурсами. Підвищення ефективності полягає в досягненні найбільших результатів при відповідному рівні розвитку продуктивних сил порівняно з витратами праці, використаними на створення суспільного продукту. Однією з найбільш важливих задач розвитку виробництва є забезпечення насамперед підвищення його ефективності і більш повного використання внутрішньогосподарських резервів. Для цього необхідно раціональніше використовувати основні засоби [8].

Для оцінювання резервів підвищення ефективності основних засобів необхідно, насамперед, знати реальний рівень їх використання та можливості його підвищення. Основними напрямками підвищення ефективності використання основних засобів підприємства є такі:

1) інтенсивний, до якого належить підвищення віддачі засобів праці на одиницю часу;

2) екстенсивний, до якого належить в основному збільшення часу роботи основних засобів [2, с.287].

Інтенсивний - характеризується впровадженням у виробництво засобів праці, що втілюють останні досягнення науки і техніки, підвищуючи ефективність виробництва. Основними шляхами підвищення інтенсивного використання основних засобів є:

1. удосконалення технологій та організації виконання робіт;
2. правильний вибір машин і робочого устаткування;
3. запровадження сучасних технологій.

Інтенсивність використання основних засобів підвищується шляхом удосконалювання технологічних процесів; організації безперервно-потокового виробництва на базі оптимальної концентрації виробництва однорідної продукції; вибору сировини, її підготовки до виробництва відповідно до вимог заданої технології і якості продукції, що випускається; і забезпечення рівномірної, ритмічної роботи підприємств, цехів і виробничих частин, проведення ряду інших заходів, що дозволяють підвищити швидкість обробки предметів праці і забезпечити збільшення виробництва продукції в одиницю часу, одиницю устаткування або на 1 кв. м виробничої площі.

Інтенсивний шлях використання основних засобів підприємств включає, таким чином, технічне їх переозброєння, підвищення темпів відновлення основних засобів. Досвід роботи ряду галузей промисловості показує, що швидке технічне переоснащення діючих фабрик і заводів особливо важливо для тих підприємств, де має місце більш значний знос основних засобів [4,с.237].

Екстенсивна шлях характеризується оновленням основних засобів на попередній технічній основі, але в збільшеній їх кількості. Основні напрями екстенсивного використання основних засобів:

1. безперебійне постачання підприємствам сировини, матеріалів, палива, електроенергії тощо;
2. своєчасне усунення виявлених диспропорцій у галузі й на підприємствах, в окремих цехах і виробничих дільницях, що дасть змогу запобігти перервам у роботі підприємства;

3. усунення причин нерівномірної роботи підприємства, що призводить до недовикористання устаткування в цілому й у часі, тобто до його простоїв.

Поліпшення екстенсивного використання основних засобів припускає, з одного боку, збільшення часу роботи діючого устаткування в календарний період (протягом зміни, доби, місяця, кварталу, роки) і з іншого боку, збільшення кількості і питомої ваги діючого устаткування в складі всього устаткування, наявного на підприємстві й у його виробничій ланці.

Збільшення часу роботи устаткування досягається за рахунок:

1) постійної підтримки пропорційності між виробничими потужностями окремих груп устаткування на кожній виробничій ділянці, між цехами підприємства в цілому, між окремими виробництвами усередині кожної галузі промисловості, між темпами і пропорціями розвитку галузей промисловості і всього народного господарства [5,с.102];

2) поліпшення догляду за основними засобами, дотримання передбаченої технології виробництва, удосконалювання організації виробництва і праці, що сприяє правильній експлуатації устаткування, недопущенню простоїв і аварій, здійсненню своєчасного і якісного ремонту, що скорочує простої устаткування в ремонті й збільшує міжремонтний період;

3) проведення заходів, що підвищують питому вагу основних виробничих операцій у витратах робочого часу, скорочення сезонності в роботі підприємств ряду галузей промисловості, підвищення змінності роботи підприємств [7, с.67].

Відомо, що на підприємствах крім діючих верстатів, машин і агрегатів частина устаткування знаходиться в ремонті і резерві, а частина - на складі. Своєчасний монтаж невстановленого устаткування, а також введення в дію усього встановленого устаткування за винятком частини, що знаходиться в плановому резерві і ремонті, значно покращує використання основних засобів.

На успішне рішення проблеми поліпшення використання основних засобів, виробничих потужностей і росту продуктивності праці значно впливає створення значних виробничих об'єднань. Разом із цим необхідно більше уваги звернути на розвиток спеціалізації виробництва і технічного переозброєння підприємств, виведення з цих підприємств невластивої їхньому профілю продукції, створення спеціалізованих промислових об'єктів у тяжіючих до значних індустріальних центрів невеличких і середніх містах, де є резерви робочої сили [1, с.385].

Як інтенсивна, так і екстенсивна форми дають змогу підприємству збільшити свої виробничі потужності на якісній або ж кількісній основі. Проте інтенсивний шлях все ж має істотну перевагу – він дозволяє оптимізувати виробничий процес шляхом впровадження технічно досконаліших засобів праці.

Найважливішою умовою підвищення ефективності виробництва є механізація й автоматизація виробничих процесів, і в першу чергу в допоміжних виробництвах, тому що це дозволяє перекласти людей із важких немеханізованих робіт на кваліфіковані роботи в другій зміні.

Важливий резерв підвищення ефективності використання основних засобів укладений у скороченні часу внутрізмінних простоїв устаткування, що на ряді інколи досягають 15-20% усього робочого часу.

Творче і сумлінне відношення робітників до праці є важливою умовою поліпшення використання основних засобів.

Відомо, що від досконалості системи морального і матеріального стимулювання в значній мірі залежить рівень використання виробничих потужностей і основних засобів. Аналіз техніко-економічних показників промислових підприємств, що працюють у нових умовах планування й економічного стимулювання, свідчить, що новий економічний механізм, у тому числі введення плати за виробничі засоби, перегляд оптових цін, застосування нового показника для визначення рівня рентабельності, створення на підприємствах заохочувальних фондів, сприяють поліпшенню використання основних засобів [6, с.136].

Будь-який комплекс заходів щодо поліпшення використання виробничих потужностей і основних засобів, розроблюваний у всіх ланках управління промисловістю, повинен передбачати забезпечення росту обсягів виробництва продукції насамперед за рахунок більш повного й ефективного використання внутрішньогосподарських резервів і шляхом більш повного використання машин і устаткування, підвищення коефіцієнта змінності, ліквідації простоїв, скорочення строків освоєння знову впроваджених у дію потужностей, подальшої інтенсифікації виробничих процесів.

Підвищення коефіцієнтів змінності роботи устаткування підприємства може бути досягнуто шляхом:

- розширення зони багатоверстатного обслуговування;
- суміщення професій[3,с.51].

Можливості для розширення зони обслуговування створюються в результаті технічного удосконалення устаткування, підвищення рівня комплексної механізації і автоматизації виробництва.

Підвищенню змінності роботи устаткування повинно сприяти удосконалення його структури, тобто зменшення в його складі тих машин і верстатів, які за своїми технологічними можливостями лише частково завантажені роботою протягом зміни [6, с.48].

Значного підвищення змінності роботи устаткування можна домогтися шляхом розширення сітки госпрозрахункових організацій, покликаних здійснювати прокат машин і устаткування та інших елементів основних засобів. Такі госпрозрахункові організації скуповують у підприємств зайве устаткування, здійснюють у випадках необхідності їх ремонт і модернізацію і віддають на прокат підприємствам, споживачам. Від такої діяльності економічну вигоду отримують всі її учасники: підприємства, які продали зайве у них устаткування такій госпрозрахунковій організації, мають змогу отримувати суму коштів значно більшу, ніж у випадку, коли таке устаткування демонтується і підготовлюється для здачі його на металобрухт. В той же час, підприємства, яким необхідні відповідні види машин і устаткування на свої кошти мають змогу оперативно його придбати і залучити до використання у

виробничому процесі, оскільки значна частина таких машин і верстатів перебуває в доброму технічному стані[4, с.205].

Однією з головних умов підвищення ефективності відтворювальних процесів є оптимальність термінів експлуатації основних засобів, і передусім активної їх частини, відповідно до первинного технологічного призначення. При цьому як скорочення, так і подовження терміну експлуатації по-різному впливають на ефективність відтворення та використання знарядь праці. Скорочення термінів експлуатації основних засобів, з одного боку, уможливлює прискорення їх оновлення, зменшення морального старіння, зниження ремонтно-експлуатаційних витрат, а з іншого, — зумовлює зростання собівартості продукції за рахунок амортизаційних сум, потребує більших за обсягом інвестиційних ресурсів для нарощування виробничих потужностей машинобудування. Подовження періоду функціонування основних засобів дає змогу зменшити обсяг щорічної заміни спрацьованих засобів праці й за рахунок цього спрямовувати більше ресурсів на розширене відтворення, але при цьому знижується загальна продуктивність діючих основних засобів.

Саме тому терміни експлуатації машин і устаткування мають бути оптимальними, тобто такими, що забезпечують найменші витрати суспільної праці на їх виготовлення і використання у виробничому процесі протягом усього періоду їх функціонування.

Результати соціологічних досліджень свідчать, що найістотніше на економічно доцільний термін експлуатації впливають щорічні амортизаційні відрахування та середньорічні ремонтні витрати [8].

Важливе значення в підвищенні ефективності використання основних засобів мають соціальні фактори. Так, проведені соціологічні дослідження на ряді підприємств дали змогу виявити низку причин, які негативно впливають на організацію використання активної частини основних засобів в другу зміну. Насамперед, мова йде про незадовільне забезпечення другої зміни необхідним комплексом послуг виробничої інфраструктури (своєчасного ремонтного обслуговування, ритмічного забезпечення робочих місць необхідними матеріалами, інструментом, комплектуючими, транспортними засобами, різними видами енергії), низький рівень організації харчування, медичного обслуговування; недостатність в організації соціально-побутової інфраструктури міст та робітничих селищ; невисокий рівень кваліфікації кадрів, що не дає можливість ефективно використовувати нову техніку. Ці причини необхідно ліквідувати на буд-якому підприємстві[4, с.73].

Поліпшення інтенсивного та екстенсивного використання основних засобів підприємств безпосередньо позначається на зниженні собівартості виготовлюваних виробів за рахунок економії на умовно-постійних витратах, а в кінцевому підсумку - це дає змогу збільшити прибуток підприємств та підвищити рентабельність їх діяльності.

Основними узагальнюючими показниками ефективності використання основних засобів є фондовіддача, фондомісткість та рентабельність.

Найбільш загальним показником, який характеризує ефективність використання основних засобів, є фондовіддача. Фондовіддача – це показник,

який відображає обсяг валової (товарної) продукції у вартісному вираженні на одиницю (1 грн) середньорічної вартості основних виробничих засобів, які беруть участь у виробництві цієї продукції [2,с.284].

Фондомісткість є величиною зворотною до фондовіддачі. Цей показник дає можливість визначити вартість основних засобів на одну гривню виробленої продукції і характеризує забезпеченість підприємства основними засобами. За нормальних умов фондовіддача повинна мати тенденцію до збільшення, а фондомісткість - до зменшення.

Відносним показником ефективності використання основних засобів є рентабельність Розраховується він відношенням загального прибутку, отриманого за звітний рік, до середньорічної вартості основних засобів за цей самий рік. Рентабельність основних засобів може визначатися на основі будь-якого виду прибутку – валового, операційного, чистого.

Підвищення рівня рентабельності потребує мобілізації внутрішніх резервів виробництва, послідовного проведення всіх видів робіт, спрямованих на поліпшення використання всіх видів ресурсів, збільшення маси прибутку.

Поліпшення використання основних засобів залежить значною мірою від кваліфікації кадрів, особливо від майстерності робітників, що обслуговують машини, механізми, агрегати й інші види виробничого устаткування.

Висновки. Дослідження показали, що основні засоби - найважливіший елемент продуктивних сил, необхідний для успішної організації та здійснення діяльності підприємства. Підвищення ефективності використання основних засобів зараз має величезне значення. Це дасть змогу збільшити обсяг випуску товарної продукції, підвищити показник фондовіддачі, а також збільшити прибуток від реалізації й балансовий прибуток, а отже, і рентабельність основних засобів підприємства. Підприємства повинні не тільки прагнути модернізувати основні засоби, збільшувати час роботи обладнання, поліпшувати склад і структуру, але й максимально підвищувати ефективність їх використання із застосуванням переважно інтенсивних методів. Застосування цих заходів забезпечить ефективне функціонування підприємства і дозволить достойно конкурувати на ринку.

Література:

1. Баринов А. В. Аналіз складу та оцінки основних засобів підприємства / А. В. Баринов. - М., 2004.- 555с.
2. Бондар Н. М. Економіка підприємства: Навч. посібник / Н.М. Бондар, В. Є. Воротін, О. А. Гаєвський. - К.: МАУП, 2006. - 350 с.
3. Гетьман О. О. Економіка підприємства: Навч. посібник / О.О.Гетьман, В. М. Шаповал. — К.: Центр учбової літератури, 2010.-488с.
4. Коробов М. Я. Фінансово-економічний аналіз діяльності підприємств: Навч. посібник / М. Я. Коробов. - К. : Знання, 2000. - 380 с.
5. Лазаришина І. Д. Економічний аналіз: теорія, методологія, практика / І. Д Лазаришина - Тернопіль, 2006. - 434 с.
6. Мацибора В. І. Економіка підприємства: Навч. посібник/ В.І. Мацибора, В. К. Збарський, Т. В. Мацибора. - К.: Каравела, 2008. - 312с.
7. Шило В.П. Фінанси підприємств: Навч. посібник/ В.П. Шило, С. Б. Ільїна, С. С. Доровська, В. В. Барабанова. – К, 2011. - 429с.

8. Шляхи підвищення ефективності використання основних виробничих засобів підприємства - [Електронний ресурс]. - Режим доступу: http://readbookz.com/book/124/3379.html

Kirchata I.M.,
candidate of economic sciences, associate professor
Shershenyuk O.M.,
candidate of economic sciences, associate professor
Zemska O.O.
student of the faculty of administration and business
Kharkov National Automobile and Highway University

THE MAIN ELEMENTS OF THE ENTERPRISE RESTRUCTURING MECHANISM

Кирчата І.М.
к.е.н., доцент
Шершенюк О.М.
к.е.н., доцент
Земська О.
студентка факультету управління та бізнесу
Харківський національний автомобільно-дорожній університет

ОСНОВНІ ЕЛЕМЕНТИ МЕХАНІЗМУ РЕСТРУКТУРИЗАЦІЇ ПІДПРИЄМСТВА

У статті розглянуто процес побудови механізму реструктуризації як комплексний процес перетворення та інструмент адаптації підприємства до змін в зовнішньому середовищі. Впровадження механізму реструктуризації підприємства передбачає розробку та дотримання комплексу заходів на основі аналізу його поточного стану та наявного рівня ресурсних можливостей.

***Ключові слова**: реструктуризація, механізм реструктуризації, принципи реструктуризації, конкурентоспроможність підприємства, конкурентний потенціал*

The article considers the process of the restructuring mechanism constructing as a complex implementation process and an instrument for adapting the enterprise to the external environment changes. The implementation of the enterprise restructuring mechanism foresees the development and implementation of a set of measures basing on an analysis of its current status and the available level of resource capabilities.

***Keywords:** restructuring, restructuring mechanism, restructuring principles, enterprise competitiveness, competitive potential.*

Сучасні тенденції розвитку конкурентного ринку в яких функціонують вітчизняні підприємства характеризуються високим динамізмом змін в економічній ситуації, чим і вимагають швидкого реагування, мобілізації зусиль та самоорганізації для забезпечення підвищення ефективності їх діяльності. Саме швидкоплинність і постійні зміни обумовлюють потребу використання нових методів та підходів в системному управлінні, і підприємство, в свою чергу, має миттєво визначати свої довгострокові орієнтири адаптуючись до цих змін. Зазначені умови зобов'язують керівників підприємств впроваджувати принципово нові механізми господарювання, що забезпечували б готовність до

змін та сприяли своєчасному адаптуванню до швидкоплинних реалій сьогодення.

В свою чергу керівники підприємств мають постійно проводити системні перетворення задля вчасного пристосування до нових умов ведення бізнесу, а реструктуризація в цьому випадку є саме інструментом попередження та уникнення багатьох проблем: скорочення обсягів виробництва, падіння рівня прибутку та незадовільний рівень рентабельності, зростання витрат та застарілі технології та ін.

До основних недоліків системи управління, що склалася на багатьох вітчизняних підприємствах можна віднести: відсутність довгострокової стратегії управління та орієнтації на перспективу, а тому і сконцентрованість на короткострокових результатах діяльності; хаотичність змін внутрішньої організаційної структури; необґрунтована багаторівність системи управління та нечіткі діапазони відповідальності; слабка інформаційна підтримка та нерозвинена аналітична складова та управління змінами в планових підрозділах.

Рішення про проведення реструктуризації частіше за все обумовлене відповідною реакцією на зміни в зовнішньому оточенні та реалізується вона за наступними напрямками: підприємство прагне підвищити ефективність шляхом удосконалення виробничих процесів, підсилити контроль за використанням ресурсів з метою усунення малопродуктивних структурних елементів; створити стратегічно ефективну організаційну структуру; підвищити рівень конкурентоспроможності орієнтуючись на нове розуміння організації [1].

Визначальна мета реструктуризації – удосконалення підприємства як цілісного організму, що дозволяє підвищити керованість та ефективність роботи, скоротити витрати, наростити обсяги продажів, укріпити конкурентні позиції та залучити інвестора. Одночасно з цим, питання побудови ефективного та функціонального механізму реструктуризаційних перетворень, що сприяв би зміцненню/покращенню конкурентних позицій підприємства залишається актуальним.

У новітній довідковій економічній літературі трактування терміна „механізм” двояке: 1) послідовність станів, процесів, що визначають яку-небудь дію, явище; 2) система, устрій, які визначають порядок якого-небудь виду діяльності.

Потенційно реструктуризація може мати очікуваний результат, якщо механізм її реалізації застосований вчасно та передбачає інструменти адекватного реагування на зміни в конкурентному середовищі (табл.1) [2].

Ґрунтуючись на основних підходах до трактування категорії «механізм реструктуризації» можна узагальнити основні його складові елементи: об’єкт, предмет, цілі, суб’єкти, цілі та задачі, принципи, види, методи, етапи, засоби забезпечення/реалізації.

Складність та комплексність, а також неоднозначність процесу реструктуризації часто призводять до неповноти уявлення та недосконалості процесів стратегічного управління, чим й спричиняють недосяжність поставлених цілей. Саме тому, щоб реструктуризація була ефективним

інструментом управління, а не одномоментною реалізацією поставленою мети, нагальним завданням має стати удосконалення системи управління та розробки дієвого механізму реструктуризації з чітким змістом та взаємоузгодженням його елементів.

Таблиця 1

Основні підходи до визначення змісту механізму реструктуризації [2]

Автор	Трактування категорії «механізм реструктуризації»
Бабій І.В.	Модель реструктуризації …, що містить в собі відповідний перелік поетапних заходів, необхідних для досягнення цілей реструктуризації
Гавриш О.А.	Система елементів, що взаємодіють між собою та становлять цілісне утворення: принципи
Єфімова Г.В.	Сукупність організаційно та процедурно оформлених засобів і методів, що використовуються в процесі перетворення підприємств та направлені на створення умов підвищення його пристосованості до середовища функціонування, генерації нових цільових установок й ефективнішого їх досягнення.
Жданов В.В.	Система основних елементів реструктуризації: цілей, об'єктів, суб'єктів, мотивів та стратегій, а також методів, етапів та фаторів реструктуризації
Крисько Ж.Л.	Впорядкована сукупність засобів і методів впливу, що визначає необхідність і ефективність здійснення реструктуризації підприємства під впливом зміни факторів зовнішнього середовища
Омельченко О.С.	Система організаційно-функціональних схем, моделей, методів і процедур прийняття рішень і взаємодії з зовнішнім бізнес-середовищем, яка визначає послідовно-ітеративний процес зміни структури підприємства, соціально-економічних відносин.

Потреба в реструктуризації виникає найчастіше на етапі усвідомлення, що криза неминуча і прогнози подальшої діяльності несприйнятливі, а реструктуризація в такому випадку має за мету нейтралізувати негативні зміни. В даному випадку механізм реструктуризації доцільно розглядати як сукупність організаційних, економічних, соціально-психологічних и нормативно-правових компонентів, які забезпечують узгодженість, взаємодію і взаємозв'язок функціонування всіх елементів виробничо-господарської системи в процесі її реструктуризації для досягнення цілей удосконалення підприємства.

Обґрунтування доцільності проведення процесу реструктуризації має включати: перелік критеріїв доцільності проведення реструктуризації на основі аналізу факторів, що й обумовили головну причину реструктуризації; формулювання цілей, задач, напрямів та самого виду процесу реструктуризації; визначення виконавців та відповідальних за проміжні результати; розробку механізму реалізації реструктуризації у відповідності з поставленими цілями і задачами; вибір системи критеріїв, методів аналізу та оцінки результатів проведення реструктуризації та її наслідків.

Потреба в реструктуризаційних змінах виникає і обумовлюється усвідомленням наступних *проблемних ознак*: відсутність чіткої стратегії діяльності та недостатнє володіння ринковою ситуацією; проблеми з ліквідністю та недостатній обсяг оборотного капіталу; низький рівень продуктивності праці та високий рівень виробничих витрат; низький рівень адаптивності до змін зовнішнього середовища та ін.

За таких обставин, основною *метою* власників підприємств в процесі реструктуризації виступають: приведення бізнес-системи у відповідність до очікувань, підвищення вартості бізнес-системи [3].

Саме власники підприємств або члени трудового колективу (керівний склад, менеджери різних рівнів, керівники підрозділів), які наділені відповідними повноваженнями і несуть відповідальність за прийняття рішень виступають *суб'єктами* процесу реструктуризації.

Прийняття рішення про проведення реструктуризації має супроводжуватись чітким формулюванням системи цілей реструктуризаційних змін [2].

Не дивлячись на різноманітність підходів до формування системи цілей реструктуризації підприємства, основними з них завжди є: покращення фінансової стійкості, покращення показників економічної ефективності, підвищення рівня конкурентоспроможності підприємства, підвищення інвестиційної привабливості, удосконалення системи управління, зростання вартості бізнесу та ін.

Якісними характеристиками реструктуризаційних змін виступають принципи, при цьому для ефективного управління процесом реструктуризації необхідно дотримання наступних принципів: Принцип обґрунтованості, Принцип запобігання, Принцип своєчасності, Принцип збалансованості, Принцип врахування невизначеності, Принцип зниження опору розвитку, Принцип підготовленості [4].

Підприємство, виступаючи *об'єктом* реструктуризації на мікрорівні та являючи собою складно структурну систему, ініціює вирішення задачі щодо проведення відповідних змін окремого її структурного елементу або функціональної підсистеми (*предмет*а реструктуризації).

Якщо під структурним елементом розуміється організаційна структура, то реструктуризація – це зміна організаційної структури. Якщо розглядається структурний елемент - бізнес-процес, то реструктуризація - це зміна бізнес-процесів.

Структурним змінам в даному випадку піддається яка-небудь функція або сукупність функцій підприємства залежно від вибору *предмета* реструктуризації, тобто має місце бути функціональна реструктуризація.

Саме функціональна реструктуризація забезпечує структурні зміни, яким піддаються, яка не будь функція або сукупність функцій організації: виробництво, збут маркетинг, фінанси, кадри. Характерною рисою функціональної реструктуризації є те, що вона зачіпає один або декілька елементів бізнес-системи [5].

Методологія реструктуризації підприємства має вирішувати наступні *задачі* [6]: забезпечити стратегічне планування видів діяльності, котре має визначити перспективні напрями реструктуризації підприємств; здійснити процесний підхід до управління підприємством, що дозволить сконцентрувати ресурси на реструктуризації та більш ефективно їх використовувати в подальшому; реалізувати управління знаннями на всіх етапах реструктуризації, забезпечуючи вибір адекватних проектних рішень ґрунтуючись на

особливостях потенціалу підприємства.

Вирішення поставлених задач має забезпечити інтенсифікацію процесів виробничої діяльності, підвищення рівня конкурентоспроможності та ринкової вартості, покращення інвестиційної привабливості та збільшення рівня прибутковості підприємства в цілому.

Що стосується *видів* проведення реструктуризації, то і вітчизняна і зарубіжна наука налічує різноманітні її класифікаційні ознаки та характеристики.

Узагальнена класифікаційна схема видів реструктуризації висвітлена в праці та виділяє такі види реструктуризації: організаційна, фінансова, виробнича, управлінська, майнова [7].

Аналіз різноманіття підходів щодо класифікації видів реструктуризації, дозволяє ще раз зробити певні узагальнення:

По-перше, реструктуризація – це засіб, який дозволяє забезпечити ефективне функціонування підприємства.

По-друге, істотним аспектом реструктуризації в умовах нової економіки є формування у підприємства можливості до швидкого реагування на зміни зовнішнього середовища.

По-третє, напрями структурної перебудови підприємства повинні бути пов'язані із стратегією його розвитку.

По-четверте, вивчення даного питання дозволяє підтримати точку зору фахівців, які вважають, що реструктуризація підприємства – це комплекс структурних перетворень, здійснюється на системній основі заходами організаційно-економічного, техніко-технологічного, правового і фінансового характеру.

І, по-п'яте, довгостроковою метою кожного підприємства є збільшення вартості власного бізнесу, яке забезпечується за рахунок зростання ефективності виробництва, підвищення конкурентоспроможності, підвищеної інвестиційної привабливості і т.п. [8].

В залежності від причин, що обумовили потребу проведення реструктуризації, визначаються не тільки види, але й стратегії її реалізації.

Стратегія реструктуризації підприємства припускає комплексну роботу по основних аспектах: фінансовий (перетворення структури активів і пасивів компанії); структурний (перетворення внутрішньої структури і системи зовнішніх взаємозв'язків); правовий (юридичні процедури і технології реструктуризації підприємства). Стратегія реструктуризації має на увазі зміну властивостей об'єкту за рахунок зміни властивостей (характеру, порядку, кількості, якості і т. д.) його внутрішніх (стійких) зв'язків, що забезпечують цілісність об'єкту і його тотожність самому собі.

Стратегія реструктуризації підприємства може припускати як стратегію зростання, так і стратегію виходу з бізнесу.

Причини виходу з бізнесу можуть бути різними: зміни стратегії (спеціалізації), позбавлення від нерентабельних або непрофільних структурних підрозділів, залучення капіталу (інвестування), зниження ризикового профілю,

зміна профілю бізнесу, придбання нових виробництв за рахунок поглинань, зниження рівня конфлікту з клієнтами і т.д. [9].

Стратегія комплексної реструктуризації дозволяє реалізувати довгострокові зміни всієї бізнес-системи оскільки передбачає за своєю суттю безперервний бізнес-процес, дозволяє оптимізувати бізнес-процеси, розвинути технологічні процеси та удосконалити систему управління.

Оскільки основними цілями реструктуризації є адаптація підприємства до стану зовнішнього і внутрішнього середовища, що змінюється, а також ідея комплексного підходу до управління розвитком підприємства в цілому, тому у нижче запропонованій схемі основних етапів процесу реструктуризації підприємств передбачається проведення діагностики конкурентного стану (зокрема конкурентного потенціалу) з метою розвитку останнього та забезпечення конкурентоспроможності підприємства в цілому [10].

Головною метою реструктуризації має стати пошук джерел розвитку підприємства на основі розвитку його конкурентного потенціалу, а в широкому розумінні реструктуризація має бути такою: передбачати комплексність перетворень і змін, а не зміни тільки в одній функціональній сфері (маркетинг, фінанси, виробництво); стати постійним інструментом управління, а не реалізацію разового заходу; в змозі поєднувати майнові перетворення як елемент змін та підлягає модифікації і коригуванню в ході реалізації.

В основі побудови системи управління та забезпечення конкурентоспроможністю підприємства має бути механізм, що враховує з одного боку ефективність використання конкурентного потенціалу підприємства та виявлення його резервів, а з іншого, - положення підприємства на ринку та вплив зовнішнього середовища.

Удосконалення системи управління та методичного забезпечення щодо розробки, обґрунтування та реалізації механізму реструктуризації як ефективного інструмента дозволить підприємствам швидко адаптуватися до змін зовнішньої середи та ефективно функціонувати в ринкових умовах.

Література:

1. Горелик С.В. Инжиниринговые методы реструктуризации предприятий : [Текст] / С. В. Горелик ; Байкал. гос. ун-т экономики и права. - Иркутск : Изд-во БГУЭП, 2009. - 184 с.
2. Комар Н.Г. Концепція побудови механізму реструктуризації підприємства / Н.Г. Комар // Бізнес-інформ. - №10. – 2014. – С.260-266.
3. Бажуткина Л.П. Процес реструктуризации производства в регионе: тенденции и опыт. – СПб : СПбГУЭФ. - 2010. – с.160.
4. Митрохин Д.И. Принципы управления механизмом реструктуризации / Д.И. Митрохин // Журнал «Экономика и финансы». – 2006. - №12. – 0,18 п.л.
5. Жучкова Ю.А. Современные подходы к реструктуризации российских предприятий / Ю.А. Жучкова // «Российское предпринимательство». - 2006. - № 9 (81). - С. 68-72.
6. Конышев В.А. Применение инновационных технологый в рестуктуризации предприятияй /В.А. Конышев // Вестнк ОГУ. – 2012. - №1 (137). – С.107.
7. Мысаченко В.И. Классификация видов реструктуризации предприятий и их особенности / В.И. Мысаченко, С.Н. Игнатов // Бизнес в законе . – 2011. - №4. – С.253-254.

8. Иванов Д.В. Реализация стратегии реструктуризации в системе преобразования промышленного предприятия / Д.В. Иванов // Вестник ТГУ, випуск 8 (112). - 2012. – С.101-102.
9. Иванов Д.В. Формирование комбинированной стратегии промышленного предприятия / Д.В. Иванов // Вестник ТГУ. – выпуск № 9 (113). – 2012. – С.202-208.
10. Кирчата І.М. Розвиток конкурентного потенціалу як основа забезпечення конкурентоспроможності в ході реструктуризації підприємства / І.М. Кирчата // Науковий вісник Херсонського державного університету. Серія : Економічні науки. - 2016 - Випуск 14. – Частина 2. – С.75-78.

Kovalenko M.V.
Candidate of Economic Sciences, Associate Professor
Poltava State Agrarian Academy, Ukraine

ECONOMIC JUSTIFICATION OF FACTORS INFLUENCING THE PROFITABILITY OF AGRICULTURAL ENTERPRISES

Коваленко М.В.
к.е.н., доцент
Полтавська державна аграрна академія, Україна

ЕКОНОМІЧНЕ ОБГРУНТУВАННЯ ФАКТОРІВ ВПЛИВУ НА РЕЗУЛЬТАТИВНІСТЬ ДІЯЛЬНОСТІ АГРАРНИХ ПІДПРИЄМСТВ

The article deals with the factors influencing the profitability of agricultural enterprises. It was determined that the biggest impact on net profit is its two important components – incomes and costs. It was proved that the company's net profit has a steady tendency to increase with increasing production scale

Keywords: *cost price, income, crop capacity, productivity, profit*

У статті обґрунтовано фактори впливу на результативність діяльності аграрних підприємств. Визначено, що найбільший вплив на чистий прибуток мають дві найважливіші його складові – доходи та витрати. Доведено, що чистий прибуток підприємства має стійку тенденцію до збільшення при збільшенні масштабів виробництва.

Ключові слова: *собівартість, виручка від реалізації, урожайність, продуктивність, прибуток*

Одержання прибутку, який постійно знаходиться в полі зору зацікавлених сторін, має ґрунтуватися, перш за все, на детальному аналізі його динаміки, структури, факторів впливу, а також джерел формування та напрямів подальшого використання. Звідси слідує, що аналіз прибутку та джерел його формування займає найголовніше місце в системі аналізу діяльності підприємств [2, с. 132].

Відомо, що на сьогодні значна кількість сільськогосподарських підприємств працюють у нестабільному економічному й суспільно-політичному середовищі, де зниження обсягів виробництва сільськогосподарської продукції позначається на кінцевих фінансових результатах їх діяльності [3, с. 96]. Найбільший вплив на чистий прибуток мають дві найважливіші його складові – доходи та витрати. Без сумніву,

підприємствам для збільшення прибутку необхідно збільшувати обсяги реалізації продукції та знижувати витрати [1, с. 21] (табл. 1).

Таблиця 1

Вплив сукупних доходів та сукупних витрат на зміну чистого прибутку, 2012 р., 2016 р.

Види продукції	Сукупний дохід, млн. грн		Сукупні витрати, млн. грн		Чистий прибуток, млн. грн		Зміна чистого прибутку (збитку), млн. грн		
	2012 рік	2016 рік	2012 рік	2016 рік	2012 рік	2016 рік	всього	у т.ч. за рахунок зміни	
								сукупного доходу	сукупних витрат
Озима пшениця	136	3205	115	2416	21	789	768	3069	-2301
Ярий ячмінь	250	1068	158	415	92	653	561	818	-257
Зерно-бобові	185	179	117	49	68	130	62	-6	68
Кукурудза на зерно	150	4151	43	3060	107	1091	984	4001	-3017
Соняшник	3043	12995	1945	10076	1098	2919	1821	9952	-8131
Соя	922	6207	871	4750	51	1457	1406	5285	-3879
Приріст великої рогатої худоби	632	330	476	318	156	12	-144	-302	158
Приріст свиней	1752	1808	1594	1781	158	27	-131	56	-187
Молоко	7817	14677	6401	11568	1416	3109	1693	6860	-5167

Збільшення протягом досліджуваного періоду величини сукупних витрат негативно впливає на розмір чистого прибутку підприємства. Одночасно, переважаюче зростання величини сукупних доходів над витратами у розрізі видів продукції чинить позитивний вплив на величину чистого прибутку.

Собівартість являє собою вартість факторів виробництва, які необхідно витратити на виробництво продукції та її реалізацію кінцевому споживачу. До собівартості продукції включаються витрати, пов’язані з використанням у процесі її виробництва і реалізації природних ресурсів, сировини, матеріалів, палива, енергії, основних засобів, живої праці та інші.

Розрахуємо вплив факторів на зміну витрат на виробництво продукції рослинництва (табл. 2).

За даними табл. 2 можемо зробити висновок, що збільшення рівня урожайності відповідних культур зменшує їх собівартість. То ж, аграрним підприємствам слід звертати особливу увагу на продуктивність та результативність культивованих ними сортів відповідних культур.

Собівартість 1 ц всіх без винятку видів продукції тваринництва мала тенденцію до збільшення. Так, збільшення собівартості 1 ц молока на 181,2 грн пояснюється впливом наступних чинників. За рахунок збільшення величини виробничих витрат на 1 голову на 13045,3 грн (80,6 %) собівартість 1 ц молока

збільшилась на 183,1 грн. Але внаслідок підвищення продуктивності 1 корови з 71,3 до 71,6 ц собівартість 1 ц молока зменшилась на 1,8 грн.

Таблиця 2

Вплив факторів на зміну собівартості продукції, 2012 р, 2016 р.

Види продукції	Виробничі витрати на 1 га, грн.		Урожай-ність, ц/га		Собівартість 1 ц, грн			Зміна собівартості 1 ц, грн		
									у т.ч. за рахунок	
	2012 р	2016 р.	2012 р	2016 р.	2012 р	2016 р.	умовна	загальна	виробничих витрат на 1 га	урожай-ності/продук-тивності 1 гол.
Озима пшениця	66900	10905	15,9	43,7	4207,5	249,6	685,8	-3957,9	-3521,7	-436,2
Ярий ячмінь	1717,2	4412,7	17,9	37,8	96,2	116,8	247,1	20,7	150,9	-130,2
Зернобобові	4450,0	5888,9	10,8	3,7	411,1	1595,5	544,0	1184,5	132,9	1051,5
Кукурудза на зерно	3407,5	26303,3	21,7	109,6	157,2	239,9	1213,5	82,7	1056,3	-973,6
Соняшник	3748,9	14926	17,2	23,1	217,4	646,9	865,6	429,5	648,2	-218,7
Соя	3296,7	19723,2	9,0	29,6	367,6	666,8	2199,2	299,2	1831,6	-1532,4
Приріст великої рогатої худоби	3100,3	11641,2	2,1	3,0	1450,9	3911,4	5448,1	2460,5	3997,2	-1536,7
Приріст свиней	3339,3	7101,4	2,1	2,9	1616,6	2429,8	3437,9	813,2	1821,3	-1008,2
Молоко	16195,2	29240,5	71,3	71,6	227,3	408,5	410,4	181,2	183,1	-1,8

Аналогічну тенденцію ілюструє і динаміка собівартості 1 ц приросту великої рогатої худоби і свиней. Так, за рахунок збільшення величини виробничих витрат на 1 відповідну голову собівартість 1 ц приросту великої рогатої худоби і свиней збільшилась на 3997,2 та 1821,3 грн. Одночасно, внаслідок збільшення рівня продуктивності 1 голови собівартість 1 ц приросту великої рогатої худоби і свиней зменшилась на 1536,7 та 1008,2 грн.

Проаналізуємо вплив чинників на зміну виручки від реалізації продукції рослинництва (табл. 3).

За даними табл. 3 маємо, що за досліджуваний період сума виручки від реалізації продукції рослинництва збільшилась за переважною більшістю культур.

Зокрема, сума виручки від реалізації озимої пшениці та ярого ячменю збільшилась на 3069 та 818 тис. грн відповідно за рахунок позитивного впливу обох факторів. Так, за рахунок збільшення обсягу реалізації озимої пшениці та ярого ячменю на 8597 та 2680 ц сума виручки від реалізації збільшилась, відповідно, на 1079,6 та 771,9 тис. грн.

Одночасно, за рахунок підвищення середньореалізаційних цін на 205,5 та 13 грн/ц відповідно сума виручки від реалізації збільшилась на 1989,4 та 46,1 тис. грн відповідно.

Таблиця 3

Вплив факторів на зміну виручки від реалізації продукції, 2012 р, 2016 р.

Види продукції	Обсяг реалізації продукції, ц		Ціна реалізації 1 ц, грн		Виручка, тис. грн			Зміна виручки від реалізації, тис. грн		
									у т.ч. за рахунок	
	2012 р	2016 р.	2012 р	2016 р.	2012 р	2016 р.	умовна	загальна	обсягу реалізації	ціни реалізації
Озима пшениця	1083	9680	125,6	331,1	136	3205	1215,6	3069	1079,6	1989,4
Ярий ячмінь	868	3548	288,0	301,0	250	1068	1021,9	818	771,9	46,1
Зерно-бобові	519	153	356,5	1169,9	185	179	54,5	-6	-130,5	124,5
Кукурудза на зерно	276	12754	543,5	325,5	150	4151	6931,5	4001	6781,5	-2780,5
Соняшник	8945	15576	340,2	834,3	3043	12995	5298,8	9952,1	2255,8	7696,3
Соя	2370	7124	389,0	871,3	922	6207	2771,4	5285	1849,4	3435,5
Приріст великої рогатої худоби	328	126	1926,8	2619,1	632	330	242,8	-302	-389,2	87,2
Приріст свиней	986	733	1776,9	2466,6	1752	1808	1302,5	56	-449,6	505,6
Молоко	28158	28403	277,6	516,7	7817	14677	7885	6860	68	6792

Сума виручки від реалізації молока у 2016 р. порівняно з 2012 р. збільшилась на 6860 тис. грн, у тому числі за рахунок збільшення обсягу реалізації молока на 245 ц – на 68 тис. грн та збільшення середньореалізаційних цін з 277,61 до 516,74 грн/ц – на 6792 тис. грн.

Збільшення суми виручки спостерігалося і від реалізації приросту свиней, але за рахунок позитивного впливу лише одного фактора. Так, за досліджуваний період сума виручки від реалізації приросту свиней збільшилась на 505,6 тис. грн за рахунок підвищення середніх цін реалізації з 1776,88 до 2466,58 грн/ц. Одночасно, внаслідок зменшення обсягів реалізації на 253 ц сума виручки від реалізації зменшилась на 449,6 тис. грн відповідно.

Сума виручки від реалізації приросту великої рогатої худоби зменшилась на 302 тис. грн внаслідок переважаючого негативного впливу одного з факторів. Так, внаслідок збільшення середньореалізаційних цін на яловичину на 692,22 грн/ц виручка від її реалізації збільшилась на 87,2 тис. грн. Одночасно, поряд із цим, зменшення обсягу реалізації яловичини на 202 ц потягло за собою зменшення виручки від її реалізації на 389,2 тис. грн.

Таким чином, збільшення в динаміці середньореалізаційних цін позитивно впливає на прибуток підприємства та цінову конкурентоспроможність його продукції.

Сучасний етап розвитку аграрної сфери потребує використання науково-обґрунтованих господарських рішень, які підвищують ефективність та конкурентоспроможність сільськогосподарських підприємств. Оцінити вплив чинників на кінцевий результат можна за допомогою економіко-статистичних методів. Їх застосування дає можливість провести аналіз досліджуваних

факторів та на основі отриманих даних побудувати математичну модель, що відображає залежність результативної ознаки від кількох факторних ознак і дає оцінку міри щільності зв'язку.

В якості факторних показників, що впливають на величину чистого прибутку підприємства у розрахунку на одиницю земельної площі, оберемо вартість основних факторів виробничого процесу у сільському господарстві: основних і оборотних засобів на 1 га сільськогосподарських угідь, продуктивність праці 1 середньорічного працівника.

Побудована кореляційно-регресійна модель показує тісний функціональний зв'язок, який описується рівнянням:

$$y_{(x)} = -268,4 - 0,35x_1 + 0,64x_2 + 0,01x_3$$

Критерії адекватності побудованої залежності наведені у табл. 4.

Таблиця 4

Критерії адекватності кореляційно-регресійної моделі

Назва критерію	Отримане значення	Нормативне значення
Коефіцієнт множинної кореляції	0,988	Близький до 1
Коефіцієнт детермінації	0,977	Більше 0,75
Скоригований коефіцієнт детермінації	0,965	Більше 0,75
Критерій Фішера	83,7	Більше табличного 7,85
Рівень значущості критерія Фішера	2,75527E-05	Менше 0,05

Позитивний прямий вплив на результативну ознаку має дія двох факторів: оборотних засобів на 1 га сільськогосподарських угідь та продуктивність праці 1 працівника.

При цьому, проаналізувавши коефіцієнти при змінних, можна стверджувати, що при збільшенні вартості оборотних засобів на 1 га сільськогосподарських угідь на 1 % є тенденція до фактичного збільшення прибутку на 1 га на 64 %; при збільшенні продуктивності праці на 1 % є тенденція до фактичного збільшення прибутку на 1 га на 1 %. Тобто з підвищенням забезпеченості оборотним капіталом одиниці земельної площі на 1 тис. грн чистий прибуток підприємства у розрахунку на 1 га сільськогосподарських угідь збільшиться на 642,82 грн, а при підвищенні продуктивності праці на 1 тис. грн – на 7,52 грн.

Обернений вплив на величину прибутку з 1 га чинить збільшення забезпеченості основним капіталом підприємства 1 га сільськогосподарських угідь. Так, із збільшенням фондозабезпеченості 1 га на 1000 грн чистий прибуток підприємства зменшиться на 350,62 грн. На перший погляд, парадоксальна залежність, адже належний обробіток землі здійснюється сільськогосподарською технікою. Однак, придбання сучасних основних засобів є в нинішніх умовах дороговартісним, що, відповідно, негативно позначається на величині прибутку підприємства. А дохід, отриманий від їх застосування, опосередковано відображається у величині оборотного капіталу, вплив якого на результативний показник є прямопропорційним.

Проведений кореляційно-регресійний аналіз означає, що чистий прибуток підприємства має стійку тенденцію до збільшення при збільшенні масштабів виробництва.

Література:

1. Бабицкая О.А. Планирование и прогнозирование результатов деятельности сельскохозяйственных предприятий / О.А. Бабицкая // Современный научный вестник. – 2013. – № 2. – С. 18-23.
2. Організаційно-економічні основи управління прибутком сільськогосподарських підприємств : [монографія] / В.М. Жмайлов, О.Г. Жмайлова, О.О. Бабицька, Ю.І. Данько, Л.В. Слюсарева – Суми: СНАУ, 2014. – 408 с.
3. Тітова С.П. Основи формування фінансової складової економічної безпеки аграрних підприємств / С.П. Тітова // Економіка АПК. – 2010. – № 9. – С. 96-101.

Kovalets O.O.
National University of Food Technologies

THE STATE OF DEVELOPMENT OF THE SUGAR INDUSTRY IN UKRAINE

Ковалець О.О.
Національний університет харчових технологій

СТАН РОЗВИТКУ ЦУКРОВОЇ ПРОМИСЛОВОСТІ В УКРАЇНІ

The article deals with the current state of development of the sugar industry of Ukraine. The analysis of the sugar industry and ways of revival are given.

Keywords: *sugar, branch, industry, production, sugar beet.*

В статті розглянуто сучасний стан розвитку цукрової промисловості України. Наведений аналіз розвитку цукрової галузі та шляхи відродження.

Ключові слова: *цукор, галузь, промисловість, виробництво, цукровий буряк.*

Цукрова промисловість України є однією із найбільш важливих галузей харчової промисловості. Дана галузь охоплює підприємства з вирощування цукрового буряку, транспортні організації, переробні заводи та підприємства обслуговування галузі. Основним продуктом галузі є цукор, а також побічна продукція - жом, меляса (патока).

В Україні виробляється два види цукру: буряковий та тростинний, при чому домінує все ж таки буряковий, оскільки цукрові буряки – одна з основних сільськогосподарських культур в Україні.

Українська цукрова галузь зародилася та почала свій розвиток майже 200 років тому. В ті далекі часи були відкриті перші цукрові заводи і до 1917 року їх уже налічувалося 187. До початку Першої Світової Війни, цукор посідав перше місце в структурі українського експорту. Завдяки цьому, Україна займала друге місце в світі за кількістю вироблених солодких коренеплодів (першу позицію займала Німеччина). Враховуючи той факт, що споживання цукру на внутрішньому ринку був незначним, для цукрової галузі утворювався значний експортний потенціал.

За часів Радянського Союзу українська цукрова промисловість розвивалася стрімкими темпами: будувалися нові заводи, збільшувалися посівні площі, покращувалася ефективність виробництва. Після розпаду, Україна отримала в спадок 192 переробні заводи, котрі здатні при раціональному завантаженні переробити 509,7 тис. т солодких коренеплодів на добу. Посівні

площі тоді становили 1,5 - 1,6 млн га і вироблялося в середньому 4,9 млн т цукру, більша частина експортувалася за кордон.

В цукровій галузі здійснювали свою діяльність близько пів тисячі підприємств, котрі займалися не тільки виробництвом основного продукту, а й забезпечували усім необхідним основне виробництво. Такі підприємства працювали в сферах - машинобудування, ремонт, матеріально-технічне забезпечення, транспорт, проектування та конструктування, навчання і підготовка спеціалістів та інші [4].

Період отриманням Україною незалежності визначався глибоким кризовим становищем для цукрової промисловості: скорочувалися площі посіву, падали обсяги виробництва, закривалися переробні заводи, масово звільнювали працівників та погіршувалася соціальна стабільність [6].

Така негативна тенденція у розвитку галузі продовжувалася до початку 2004 року. В період 2004 - 2006 років розпочинається поступове відновлення цукрової галузі, в результаті прийняття певних законів, покликаних підвищити ефективність української цукрової промисловості. У 2006 році українська бурякоцукрова галузь виробила рекордну кількість цукру з часу початку нового тисячоліття. Даний показник становив 2,6 млн т цукру [6].

Світова фінансова криза 2008 року негативно вплинула на цукрову галузь. В цей період спостерігалося велике перенасичення українського ринку цукру через створені до цього резерви та позбавлення експортних ринків. В результаті, цукровиробники, щоб хоч якось реалізувати вироблену продукцію, були змушені знижувати ціни до рівня 2,2 - 2,4 тис. грн/т. При цьому вони потерпали від значних збитків, бо витрати на виготовлення продукції становили в районі 2,7 - 3,1 тис. грн.

Після цих подій, велика кількість сільськогосподарських підприємств, не бажаючи потерпати від значних збитків, переорієнтувалися на вирощування інших культур. В результаті, площі посіву цукрового буряку різко скоротилися і на переробні заводи поступило на 23% менше цукрової сировни ніж у минулому періоді, відповідно і скоротилося виробництво солодкого піску до рівня 1,86 млн тонн.

В наступному періоді ситуація на українському ринку цукру погіршувалася. Відчувалися негативні наслідки фінансово-економічної кризи 2008 року. При зменшенні посівних площ та скороченні виробництва, на ринку спостерігалася нестача. В результаті, у 2009 році в Україні було вироблено 1276 тис.т цукру, що на 19% менше між у попередньому сезоні.

За інформацією Державної служби статистики України, у 2010 році посівна площа, відведена під коренеплоди, становила 501 тис.га, що на 55% більше ніж у минулому періоді. В результаті позитивної урожайності, на переробні заводи було поставлено 13,7 млн т коренеплодів, що дало змогу виробити 1,5 млн т цукру, що на 21% більше за попередній період. Хоч у цьому сезоні спостерігалася позитивна динаміка до розвитку та подолання наслідків фінансової кризи, на внутрішньому ринку України спостерігався дефіцит.

Враховуючи ситуацію попередніх періодів, для подолання наявного дефіциту цукру на ринку, у 2011 - 2012 роках, вдалося збільшити урожайність

цукрових буряків при тих самих посівних площах. Тобто, у період 2010-2012 років в середньому цукровими коренеплодами засівалися 500 тис. га, при цьому у 2010 році вдалося зібрати 13,7 млн т, а у 2011 та у 2012 роках було зібрано 18,7 млн та 18,4 млн т цукрових буряків відповідно. В результаті після перероблювання цукрової сировини та початку реалізації виготовленої продукції, на ринку спостерігався надлишок. В результаті, сформувалася криза перевиробництва, адже вироблялося цукру більше за потреби внутрішнього ринку [4].

На період 2014 року з 0,3 млн га наявної посівної площі було вирощено 15,7 млн т буряку, а на період 2015 року з 0,2 млн га площі було зібрано 10,3 млн т буряку. Тобто на період 2014 року з 0,3 млн га площі було вирощено 15,7 млн т буряку і було вироблено 2,1 млн т цукру, на період 2015 року з 0,2 млн га площі було зібрано 10,3 млн т буряку і було вироблено 1,4 млн т. цукру, що на 40% менше ніж у 2014 році. Спостерігається закономірність [1].

На період 2016 року українські цукровики виробили 1,9 млн т цукру, що на 35% більше чим у минулому періоді [1].

Складні політичні та економічні ситуації в Україні негативно позначалися на цукровиробниках. Маючи 192 переробні заводи на час отримання незалежності України, котрі здатні були переробити 509,8 тис. т цукросировини на добу, в період 2010 року почало свою роботу 73 заводи, що на 163% менше ніж на період 1991 року, а у 2013 році запрацювало лише 38 заводів із загальною виробничою потужністю 180,1 тис. т перероблювання сировини на добу. Це лиш 19 % від тої кількості заводів, що була на період 1991 року.

Заводи, котрі припинили свою роботу, викликали соціальну напруженість у тих місцях, те вони знаходилися. Адже працюючі цукрові заводи були основним джерелом доходів до місцевих бюджетів, забезпечували робочими місцями населення регіону та служили опорою до розвитку.

На період 2016 року перероблювали цукрову сировину лише 36 заводів. Загалом, на території України розташовані близько 80 заводів, котрі спроможні переробити 230 тис. т цукрових буряків.

Проте, той обсяг солодкого піску, який виробляють діючі заводи України, повністю забезпечує внутрішні потреби України. Надлишки цукру експортувалися, в основі своєї до сусідніх держав. Проте враховуючи політичну ситуацію, котра виникла у 2013-2014 роках, українські виробники цукру позбавилися російського ринку, а пізніше ринок Криму та східного регіону України, на котрих відбувалася реалізація значних обсягів продукції.

Враховуючи ці обставини, перед виробниками поставало важливе запитання - продовжувати виробництво чи змінити спеціальність та освоїти виробництво нових видів продукції. З одного боку, виробляючи продукцію не маючи стабільного ринку збуту - це шлях до неминучих збитків, а з іншого - цукровий завод, котрий довгий час простоює, втрачає свою працездатність, при цьому відновити її надзвичайно складно. В українській цукровій історії надзвичайно багато випадків закриття переробних заводів із подальшим їх

знищенням, а звільнені працівники змушені шукати місце працевлаштування в сусідніх країнах.

Однак, якщо не брати до уваги стрімке закриття більшості переробних заводів, потужність основних учасників ринку збільшувалася. Тому, на період 2016 року в Україні 36 діючих цукрових заводів виробили 1,9 млн т цукру, що на 35% більше ніж у 2015 році.

Постає важливе питання реалізації виробленої продукції. Внутрішній український ринок, який переживає стагнацію, вже не представляє цікавість для цукровиробників. В ситуації, коли відбувається зниження купівельної спроможності, а ціни наближаються до рівня собівартості та ще низка факторів змушують виробників цукру знаходити та займати нові ринки. Серед основних ринків важливе місце посідає ринок Європейського Союзу, а саме країни Балтії та Румунія. До Румунії у минулому році було експортовано 19,9 тис. т солодкого піску - таким чином, Україна використала увесь обсяг експортної квоти, котрий мала Україна. Разом з цим, експорт відбувається до країн Казахстану, Азербайджану та Грузії, а також в далекі країни - Ізраїль, Шрі-Ланка, Албанія, Сінгапур, М'янма [4].

Враховуючи сьогоднішні реалії, єдиний шлях до успішного розвитку цукрової промисловості України є експорт. Взявши до уваги той факт, що лиш невелика частина заводів розпочинають свою роботу на початку бурякопереробних сезонів, Україна має значний запас виробничих потужностей. Українські цукровики, використовуючи увесь виробничий потенціал, здатні виробити великі обсяги цукру, проте перш за все, необхідно здійснити планування бюджетів реалізації, тобто здійснити пошук стабільних ринків збуту. При цьому, із переробкою цукрової сировини виникає велика кількість побічної продукції - меляса, жом. Ці два компоненти, в свою чергу, також потрібно реалізовувати, адже вони складають сировинну базу для інших галузей.

На сьогодні Україна є незначним експортером цукру. У 2015 - 2016 роках Україна в світовому рейтингу зайняла 51 місце по об'ємах експорту, експортувавши 113 тис. т солодкого піску загальною вартістю 52,6 млн дол. [6].

За останні роки в цукровій галузі України утворилися групи великих холдингових компаній, котрі мають значні виробничі потужності та перероблюють близько 60-70% усіх вирощених коренеплодів. У такій ситуації є достатньо позитивних моментів. Такі об'єднання можуть здійснювати нагромадження великого капіталу та проводити інвестування в конкретні напрямки розвитку цукрової галузі. Завдяки цьому, збільшується ефективність перероблювання цукрового буряку, зменшуються втрати від виробництва і в результаті збільшує дохідність від діяльності. До таких компаній належать: "Астарта - Київ", "Група Агропроінвест" та "Радехівський цукор".

Протягом трьох останніх років в Україні провідне місце у виробництві цукру займає компанія «Астарта-Київ». Станом на 2016 рік компанія виробила 24,8 % цукру від усього обсягу виробленого в Україні. «Астарта-Київ» – це агрохолдинг. Основною діяльністю є перероблювання сої, виробництво молока та є лідером у виробництві цукру та біогазу. Холдинг втілив у життя цікаву

закономірність. При виробництві цукру існує побічна продукція - жом, з якої виробляють біогаз (виробляється біогаз у процесі ферментації відходів цукрового виробництва), котрий в свою чергу є паливним ресурсом для виробництва цукру. Виробничий потенціал агрохолдингу з перероблювання цукрової сировини складається із восьми заводів, котрі здатні переробити близько 40 тис. т солодких коренеплодів на добу. Більшість із них знаходяться в Полтавській області.

Отже, для покращення ситуації в цукровій галузі України необхідно в першу чергу здійснити пошук нових ринків збуту продукції. Також необхідно провести роботу для підвищення доданої вартості у виробництві, модернізацію та оновлення підприємств галузі, збільшення посівних площ та урожайності. Ці кроки потребують значних фінансових інвестицій, проте, якщо цукровики матиму можливість реалізовувати свою продукцію – то вони ж матимуть можливість отримувати за неї грошові кошти. А це є джерелом розвитку галузі.

Література:

1. Державна служба статистики України: статистична інформація [Електронний ресурс] – режим доступу: http://www.ukrstat.gov.ua
2. Динько І. Сучасний стан цукрової галузі України: проблеми та перспективи розвитку / І. Динько // Економіст – 2012 – № 4. - С. 40-42.
3. Стан бурякоцукрової галузі України та шляхи його удосконалення [Електронний ресурс] / М.С. Данилишин // Ефективна економіка – 2015 – №11 – режим доступу до статті: http://www.economy.nayka.com.ua/?op=1&z=4579
4. Цукрова галузь - "експортний локомотив" чи "пережиток радянського часу": [Електронний ресурс] / Руслана Бутико // Аграрне інформаційне агентство Agravery – 2016 – режим доступу до статті: http://agravery.com/uk/posts/author/show?slug=cukrova-galuz-eksportnij-lokomotiv-ci-perezitok-radanskogo-casu
5. Цукровий прогноз [Електронний ресурс] / Олександр Маслак // Агробізнес сьогодні – 2014 – режим доступу до статті: http://www.agro-business.com.ua/ekonomichnyi-gektar/2039-tsukrovyi-prognoz.html
6. Цукрова галузь в Україні в 2014/2015 МР [Електронний ресурс] / О.В. Коротинський // Вісник цукровиків України – 2014 – режим доступу до статті: http://www.sugar-journal.com.ua/custom/files/Vestnik_ua/2014/12/9-12.pdf

Lysenko A.V.
magister degree,
National Aviation University

METHODICAL APPROACH TO EVALUATION OF COMPETITIVENESS OF ENTERPRISES OF INFORMATION TECHNOLOGY

Лисенко А.В.
магістрант,
Національний авіаційний університет

МЕТОДИЧНИЙ ПІДХІД ДО ОЦІНКИ КОНКУРЕНТОСПРОМОЖНОСТІ ПІДПРИЄМСТВ ІНФОРМАЦІЙНИХ ТЕХНОЛОГІЙ

The economic indicators on the basis of which the integral indicator of the enterprise's competitiveness in the information technology market is calculated. The method of expert

evaluations is considered. The proposed methodical approach to assessing the competitiveness of an enterprise

***Keywords**: competitiveness, management, method of peer reviews, enterprise, integral indicator.*

Досліджено економічні показники на основі яких розраховується інтегральний показник конкурентоспроможності підприємства на ринку інформаційних технологій. Розглянуто метод експертних оцінок. Запропонований методичний підхід до оцінки конкурентоспроможності підприємства

***Ключові слова:** конкурентоспроможність, управління, метод експертних оцінок, підприємство, інтегральний показник.*

З розвитком ринкових відносин, з становленням українського ринку інформаційних технологій, з появою все більшої кількості середньо-великих підприємств цієї галузі, конкурентоспроможність у сфері ефективності *управління* набуває все більшого значення. Оцінка конкурентоспроможності потенціалу управління виражатиметься у таких показниках: ефективність розв'язку поточних задач, ефективність розв'язку непередбачених ситуацій та задач, швидкість реакції підприємства на управлінські дії та рішення, ефективність моделі бізнес-процесів, яка використовується на підприємстві.

Оскільки більшість з наведених характеристик є складними комплексними показниками, для спрощення обчислень деяких з них скористаємось експертними бальними оцінками цих характеристик. Ми можемо вдатись до такого спрощення, оскільки навіть проведення складних обчислень за наявності похибки в отриманні інформації щодо конкурентів на практиці не дасть кращого результату.

Точність та надійність прогнозів, розроблених на основі експертних оцінок, в першу чергу визначається складом експертної групи, їх професіоналізмом, обсягом знань, ерудованістю. Специфічні вимоги до членів експертної групи роблять свій відбиток на принципи їх відбору.

В цілому ж проблема підбору екпертів для проведення експертизи складається з двох етапів. На першому етапі, виходячи з задачі екпертизи, необхідно виявити власне самих екпертів. На другому етапі з виявлених екпертів необхідно сформувати робочу групу.

Виявлення потенційних експертів здебільшого залежить від встановленної мети екпертизи. Якщо складення прогнозу орієнтовано на зацікавленості тільки окремої організації (підприємства) і вимагає при цьому глибокого знання її історії, господарської політики, виробничих особливостей, то доцільно використовувати екпертів самих організацій. Перевагу треба віддати тим спеціалістам, що мають вільний час, бажання та високий професіоналізм. Потрібно йти на компроміс між залученням в групу екпертів спеціалістів, службовий стан яких дає їм достатньо широкий кругозір, та залученню таких спеціалістів, що в змозі витратити необхідний час для відповідей на питання анкети. Оцінка рівня останніх може бути отримана в відділах кадрів, із звітів про службову кар'єру, росту оплати праці, а також з думок колег.

Використовувати всіх спеціалістів в проведенні експертизи недоцільно та практично неможливо. Тому з загального списку потрібно сформувати

репрезентативну вибірку. Відібрані спеціалісти повинні відповідати таким вимогам:

- експерт повинен бути визнаним спеціалістом в даній сфері;
- експерт має бути обізнаним не тільки в даній сфері, а також в суміжних сферах;
- оцінки експерта мають бути відносно стабільні в часі, на всіх етапах експертизи;
- експерт повинен мати деякий досвід успішних прогнозів в даній сфері знань або хоча б взагалі досвід прогнозування;
- експерт повинен мати широкий кругозір, ерудицію, бачити перспективи.

При формуванні експертної групи необхідно вирішити два важливих питання: визначити число членів експертної групи та оцінити компетентність експертів. Кількість експертів, включених до експертної групи, може бути від 10 до 150 чоловік. Число експертів суттєво впливає на точність групової оцінки. Зменшення числа експертів веде до зниження точності прогнозу, тому що на кінцеві результати значно впливає кожен експерт. Збільшення числа експертів, хоча і підвищує, як правило, точність прогнозу, однак ускладнює організацію проведення експертизи, продовжує строки її проведення в часі. Тому при виборі числа експертів також потрібен компроміс між точністю та трудомісткістю роботи, часом проведення експертизи.

Персональний склад експертної групи із загального числа претендентів формується з найбільш компетентних спеціалістів, котрі можуть проявити максимальну здатність до адекватної оцінки та відображення тенденції і закономірності розвитку досліджуваного процесу (явища, об'єкта).

Для методичного забезпечення проведення експертної оцінки необхідно розробити опитувальні анкети та інструкції по їх заповненню. В анкетах повинно бути сформульовані питання, що відображають сутність проблеми, і на які повинні дати відповіді експерти. Форма і зміст питань визначаються специфікою об'єкта дослідження. Однак є загальні вимоги, які пред'являються до запитань:

- питання повинні бути чітко сформульовані в загальноприйнятій термінології;
-формулювання питання повинно виключити будь-яку смислову неоднозначність;
- питання повинні логічно відповідати структурі об'єкта прогнозування;
- питання не повинні складатися з декількох частин.

Основні труднощі оцінювання полягають в тому, що крім явищ, об’єктів, факторів, стан яких може бути виражений кількісно, є ціла низка якісних характеристик, які необхідно представити у вигляді непрямої оцінки. Тому, пропонується застосування інтервальної шкали балів, що дозволить отримати не тільки експертну оцінку відповідної характеристики конкурентоспроможності, але й виявити ступінь переваги характеристики одного об’єкту від аналогічної характеристики іншого.

Оцінка експертом відносної важливості факторів здійснюється, як правило, шляхом присвоєння деякої кількісної оцінки, наприклад, за 10-

бальною системою. Експерт надає кожному фактору (параметру, напрямку) кількість балів в межах від 0 до 10. Нуль присвоюється в тому випадку, якщо фактор, на думку експерта, не має суттєвого значення, 10 балів присвоюється тому фактору, який має найбільш важливе вирішальне значення. Експерт може надати однакову кількість балів декільком факторам, якщо на його думку вони в рівному ступені суттєві.

Діапазон зміни характеристик конкурентопроможності підприємства розбиваємо на окремі інтервали. Запропонована шкала балів включає в себе 6 характеристик значень експертних балів від «дуже поганого» до «найкращого» значення показника та представлена в таблиці 1. Деякі характеристики будуть оцінюватись за номінальною шкалою, що передбачає 2 варіанти відповіді: так – 1 бал, ні – 0 балів.

Таким чином, в результаті проведених досліджень характеристик конкурентоспроможності підприємства-розробника програмного забезпечення сформуємо таблицю множини ключових показників конкурентоспроможності підприємства з урахуванням специфіки сфери інформаційних технологій.

Таблиця 1

Запропонована шкала балів для експертної оцінки показників конкурентоспроможності підприємства

Бал	Значення оцінки
1-2	дуже поганий
3-4	поганий
5	середній
6-7	добрий
8-9	дуже добрий
10	найкращий

По деяких показниках ми застосовуємо формулу обчислення та по більшості з них – використовується метод обчислення за результатами проведення експертних опитувань. Джерелом інформації виступають фінансово-господарські документи компанії, технічна документація проектів, результати проведеного аналізу виробничо-господарських зв’язків, бізнес-процесів, організаційної структури управління, кошториси доходів і витрат підприємства, а також опубліковані результати проведених економічних досліджень ринку IT аутсорсингу України компетентними вітчизняними аналітичними компаніями і фаховими міжнародними організаціями, статистичні дані, результати проведення опитувань експертів, тощо.

Для розрахунку поточних та прогнозних значень показників конкурентоспроможності застосовуємо трендову модель, в основі побудови якої лежить метод аналітичного вирівнювання, що є фактично різновидом згладжування. Це дозволить нам нормалізувати різні параметри оцінки показників конкурентоспроможності. Така процедура включає в себе три етапи:

- побудова моделі;
- оцінка моделі;
- визначення прогнозних значень показників.

Отже, враховуючи лінійну динаміку зміни досліджуваних показників, трендова модель для їх розрахунку може бути виражена наступною функцією:

$$a_i(t) = b_i^0 + b_i^1 \cdot t + \varepsilon(t), t = \overline{1,T} \quad (1)$$

де a_i – значення i-го показника конкурентоспроможності, $i = \overline{1,n}$;

t – час, $t = 1, 2, .., T, T+1, ...$

ε(t) – відхилення.

Для отримання поточних $(t = T)$ та прогнозних $(t = T+1)$ значень конкурентоспроможності підприємства використовуємо лінійну нормалізацію виду:

$$\tilde{a}_i(t) = \frac{a_i(t) - \min\limits_{t=\overline{1,T}} a_i(t)}{\max\limits_{t=\overline{1,T}} a_i(t) - \min\limits_{t=\overline{1,T}} a_i(t)} \quad (2)$$

де $\max\limits_{t=\overline{1,T}} a_i(t)$ – максимальне значення $a_i(t)$ для $t = \overline{1,T}$;

де $\min\limits_{t=\overline{1,T}} a_i(t)$ – мінімальне значення $a_i(t)$ для $t = \overline{1,T}$;

Значення часткових показників конкурентоспроможності (ЧПК) за його складовими (як поточні $(t = T)$, так і прогнозні$(t = T+1)$) знаходяться шляхом усереднення нормалізованих значень показників конкурентоспроможності, що входять до складу відповідних часткових показників, на основі середньої арифметичної:

$$ЧПК_k = \frac{1}{n} \sum_{i=1}^{n} \tilde{a}_i(t), \overline{k = 1, K}, \quad (3)$$

де K – кількість часткових показників конкурентоспроможності.

Для узагальнення значень часткових показників конкурентоспроможності та з метою подальшого формування висновків та рекомендацій щодо розвитку підприємства доцільно використовувати інтегральний показник конкурентоспроможності підприємства.

Значення інтегрального показника конкурентоспроможності повинно нести в собі певну узагальнюючу оцінку. Тому на другому етапі потрібно визначити коефіцієнти вагомості кожного часткового показника конкурентоспроможності підприємства:

w_k – коефіцієнт вагомості $ЧПК_k$, $k = \overline{1,K}$, $w_k \in [0\%, 100\%]$, $\sum\limits_{k=1}^{K} w_k = 100\%$.

Значення інтегрального показника конкурентоспроможності (ІПК) розраховуємо також шляхом усереднення прогнозних значень ЧПК на основі середньої зваженої з урахуванням коефіцієнтів вагомості кожного часткового показника конкурентоспроможності підприємства, значення яких були отримані експертним методом шляхом анкетного опитування групи експертів:

$$ІПК = \sum_{k=1}^{K} w_k \cdot ЧПК_k \ . \quad (4)$$

Значення інтегрального показника конкурентоспроможності підприємства може змінюватися від 0 до 1, де 0 – ідентификує найгірше значення показника; 1 – найкраще значення. В попередньому розділі дослідження були розглянуті 4 основних рівня конкурентоспроможності підприємства. Для визначення відповідності отриманих результатів інтегрального показника кожному зазначеному рівню конкурентоспроможності розділимо інтервал зміни його значення на 4 рівні частини. Отримаємо 4 інтервали можливих значень інтегрального показника конкурентоспроможності: від 0 до 0,24, від 0,25 до 0,49, від 0,5 до 0,74 та від 0,75 до 1. Кожний інтервал значення відповідає певному рівню конкурентоспроможності від найнижчого - товарного до найвищого – лідерства. Шкала визначення рівня конкурентоспроможності підприємства на основі отриманих даних проведеного розрахунку наведена в таблиці 2.

Таким чином, в результаті проведених розрахунків ми отримаємо поточні і прогнозні значення часткових показників конкурентоспроможності, на основі яких визначимо комплексні інтегральні показники конкурентоспроможності підприємства як для поточного періоду, так і прогнозні їх значення.

Таблиця 2

Шкала відповідності рівня конкурентоспроможності підприємства значенню інтегрального показника

Значення інтегрального показника конкурентоспроможності (ІПК)	Рівень розвитку конкурентоспроможності	
0 ≤ІПК≤ 0,24	товарний рівень	СММ 1початковий
0,25 ≤ІПК≤ 0,49	виробничий рівень	СММ 2 керований
0,50 ≤ІПК≤ 0,74	управлінський рівень	СММ 3відповідний
0,75 ≤ІПК≤ 1,0	лідерство	СММ 4 кількісно-керований СММ 5 оптимізуючий

На основі підрахунку цих економічних показників розраховується інтегральний показних конкурентоспроможності підприємства на ринку інформаційних технологій.

Таким чином, запропонований методичний підхід до оцінки конкурентоспроможності підприємства враховує специфічні особливості діяльності у сфері інформаційних технологій, базується на застосуванні множини показників всіх складових конкурентоспроможності підприємства, виділеної на основі запропонованої класифікації факторів конкурентоспроможності підприємства.

Обмеженням даного підходу є те, що при оцінці конкурентоспроможності підприємства важливо перш за все розглядати конкурентів, які входять до однієї стратегічної групи конкурентів, оскільки саме такі підприємства насамперед змагаються між собою і мають найближчі стратегічні цілі. Це є дуже важливим для оцінки конкурентоспроможності підприємств сфери інформаційних технологій, що обумовлено високою технологічністю галузі, її

надшвидкими темпами розвитку, знаходженням ринку даної товарної категорії на етапі активного росту, що, в свою чергу, визначає наявність великої кількості ринкових ніш, деякі з яких виростуть, а деякі - закриються в результаті конкурентної боротьби.

Отримані результати запропонованої математичної оцінки конкурентоспроможності мають стати базою для розробки ефективної стратегії конкурентного розвитку підприємств інформаційних технологій, механізму підвищення їх конкурентних позицій на ринку та утримання ринкової сили, необхідної для ефективного розвитку.

Література:

1. Лепа Н.Н. Управление конкурентными преимуществами предприятия / Н.Н. Лепа; НАН Украины, Институт экономики промышленности. – Донецк : ООО «Юго-Восток, Лтд», 2003. – 296 с.
2. Управління конкурентоспроможністю підприємства : навч. посіб. / [С.М. Клименко, Т.В. Омельяненко, Д.О. Барабась та ін.] – КНЕУ, 2008. – 520 с.
3. Фатхутдинов Р.А. Конкурентоспособность: экономика, стратегия, управление / Р.А. Фатхутдинов. – М. : ИНФРА-М, 2000. – 312 с.
4. Фатхутдинов Р.А. Стратегический маркетинг / Р.А. Фатхутдинов. – 2-е изд., перераб. и доп. – СПб. : Питер, 2002. – 448 с.

Onischenko D.V.

State University of Telecommunications

FORMATION OF A STRATEGY TO INCREASE THE PROFITABILITY OF THE ENTERPRISE

Оніщенко Д.В.,

Державний університет телекомунікацій

ФОРМУВАННЯ СТРАТЕГІЇ ПІДВИЩЕННЯ РЕНТАБЕЛЬНОСТІ ДІЯЛЬНОСТІ ПІДПРИЄМСТВА

In the article the directions of formation of the strategy of increasing profitability of the telecommunication enterprise and their features in conditions of competitive environment are offered.

Keywords: *strategy, enterprise, profitability, profit, competitiveness, marketing research.*

У статті запропоновано напрями формування стратегії підвищення рентабельності телекомунікаційного підприємства та їх особливості в умовах конкурентного середовища.

Ключові слова: *стратегія, підприємство, рентабельність, прибуток, конкурентоспроможність, маркетингові дослідження.*

Вступ. Обґрунтування основних напрямків стратегічного розвитку підприємства передбачає застосування системного підходу до визначення стратегічних цілей діяльності. Цей підхід дозволяє зорієнтувати підприємство, його менеджмент на вдосконалення різнорідних сторін і характеристик діяльності, розробити і впровадити в життя декілька стратегій його розвитку, підвищити гнучкість і цілеспрямованість розроблених стратегій.

Основний матеріал. Стратегія розвитку компанії передбачає:

1. Створення серйозної потужної провайдерської компанії, послуги якої будуть користуватись великим попитом в силу високої якості та низької вартості.

2. Створення об`єктивних передумов для подальшого розвитку компанії в таких напрямках як:

- веб-дизайн – виділення спеціалізованого відділу в компанії, який займається розробкою сайтів і банерів. Підтримка і супровід сайтів;
- веб-хостинг – розміщення сайтів на нашому сервері в Internet, підтримка віртуальних серверів в рамках нашого;
- створення в рамках компанії віртуального магазину електронної коммерції (продаж товарів через Internet). Активний покупець, наприклад, може отримати безкоштовний доступ до Internet;
- розширення географії надання послуг (всі райони м. Києва та найближчі населені пункти);
- розвиток більш зручної оплати наданих послуг (розрахунки за допомогою банківських карт);
- розширення існуючого каналу доступу до Internet, прокладка власних магістралей, створення мереж обміну трафіком з усіма ведучими провайдерами і власної мережі передачі даних;
- збільшення числа модемних пулів компанії і залучення нових клієнтів;
- дії по зниженню загальної собівартості наданих послуг;
- проведення благочинних заходів, направлених на розвиток інфраструктури Internet на Україні і надання Internet загальнодоступного статусу. Підтримка розвитку перспективних Internet-технологій і впровадження інновацій в бізнес;

3. Задоволення потреб населення в якісному і відносно дешевому доступі до Internet. Завоювання авторитету і визнання серед клієнтів, тобто забезпечення стабільного положення фірми на ринку.

4. Забезпечення окупності власного капіталу.

5. Вхід до числа найкрупніших фірм м. Києва, постачальників послуг Internet по оптоволоконним лініям.

В якості глобальної стратегічної цілі діяльності підприємства може виступати максимізація його прибутку. Тобто підприємство повинно орієнтувати свою діяльність на досягнення даної мети як у короткостроковому, так і у довгостроковому періоді. Дійсно, прибутковість діяльності є головною умовою забезпечення розширеного зростання, але досягнення максимального обсягу прибутку здійснюється за визначений період часу, що в довгостроковому періоді впливає на ефективність діяльності підприємства за рахунок зміни умов господарювання. З іншого боку, максимізація прибутку в короткостроковому періоді може призвести до концентрації уваги на збільшенні обсягів продажу (товарообігу) за рахунок погіршання структури капіталу, що може викликати фінансові ускладнення, зниження платоспроможності.

У реальній господарській діяльності, прибуток як ціль підприємства рідко окреслюється в стратегічних планах. Він визначається опосередковано через цілі, які ним визначені, та задачі, які необхідно визначити.

Проведені дослідження щодо формування стратегії підвищення рентабельності базуються на досліджені діяльності ТОВ «Макснет».

Виходячи з результатів, які були отримані в ході аналізу господарської діяльності ТОВ «Макснет», пропонуємо класифікувати стратегічні цілі за наступними ознаками:

– в залежності від складу і направленості цілей: економічна ціль – підвищення рентабельності; власна ціль – підвищення іміджу.

– у функціональному розрізі в залежності від сфери реалізації цілей: маркетингова ціль – підвищення частки торгової діяльності в межах свого сегмента ринку; фінансово-економічна ціль – зниження рівня витрат обороту, підвищення суми прибутку від торгової діяльності.

– в залежності від відношення до головної цілі підприємства визначають кінцеву і проміжну цілі, які спрямовані на поетапне наближення до досягнення головної цілі.

Підприємство ТОВ «Макснет» за головну ціль повинно мати збереження і укріплення позицій на ринку. Для досягнення цієї цілі супутніми є такі проміжні цілі як:

– розширення асортименту послуг;

– встановлення нових господарських зв’язків з партнерами, компаніями та споживачами послуг.

В процесі обґрунтування перспективних напрямків функціонування підприємства ТОВ «Макснет» пропонується сформувати такі типи стратегій:

– в залежності від темпів розвитку – стратегія “обмеженого зростання”, для якої характерним є встановлення цілей від досягнутого.

– в залежності від способів забезпечення розвитку – стратегія концентрованого розвитку (подальший розвиток ТОВ «Макснет» може забезпечуватись за рахунок удосконалення діяльності в межах опанованого ринку функціонування (ринкової ніші).

Поставлені цілі розвитку підприємства можуть бути досягнуті різними способами. Для їх визначення і наступної порівняльної оцінки ефективності розробляються різні варіанти – стратегічні альтернативи.

Суттєвим фактором, який прямо впливає на величину прибутку підприємства від продажу товарів, є рівень цін, які застосовуються. Рівень вільних цін в умовах лібералізації встановлюється самим підприємством, у залежності від конкурентоспроможності продукції (послуг), що реалізується, попиту і пропозиції на неї. Тому підприємство саме, в даному випадку, через встановлену ним ціну, може впливати на прибуток, отриманий від продажу продукції.

Отже, одним із шляхів удосконалення управління маркетинговою діяльністю ТОВ «Макснет» може стати застосування стратегії цінового лідерства, яка передбачає досягнення найменшого рівня витрат. Низькі витрати дозволяють встановлювати низькі ціни. Це, своєю чергою, сприяє збільшенню

частки ринку і, врешті-решт, рентабельності.

Для успішної роботи ТОВ «Макснет» необхідно формувати й стимулювати попит, здійснювати комунікацію зі своїми замовниками для збільшення продажів, підвищення прибутковості проекту. Це вимагає розробки й реалізації стратегії просування, що передбачає використання різного роду повідомлень для переконання або нагадування споживачам про мережі, проекти, нові ідеї. При цьому дуже важливо відслідковувати зворотний зв'язок зі споживачами. Планується налагодження системи зворотного зв'язку з користувачами через анкетування, при цьому прийматимуться на замітку всі пропозиції і вимоги клієнтів. Відомості про ринок продажів будуть абсолютно достовірними, оскільки з кожним користувачем полягає договір і заноситься в базу даних.

Стратегія просування продукції ТОВ «Макснет» спрямована на:

– формування іміджу компанії як фірми-лідера серед вітчизняних інформаційних компаній;

– доведення до відома потенційних споживачів про існування специфічних та нових послуг, а також можливість їх придбання;

– збільшення кількості споживачів.

Для ознайомлення потенційних клієнтів з перевагами надання послуг та тарифними планами, планується розвернути широку рекламну компанію, як адресну так і загальну у всіх доступних в регіоні засобах масової інформації: пресі, на радіо, по телебаченню, а також забезпечити одночасне використання різних її видів.

Для ТОВ «Макснет» особистий продаж повинен виступати основним методом просування. Його основною метою пошук нового покупця, налагодження з ним відносин і безпосереднє укладання угоди. Для відділу збуту можливо запропонувати наступну схему роботи:

– збір інформації про потенційних споживачів комп'ютерів і відбір покупців для контакту (відбір повинен бути цілеспрямованим та багатокритеріальним);

– ретельна підготовка до майбутнього контакту; у даному випадку буде прийнятний “гнучкий продаж”, коли до кожного покупця визначається індивідуальний підхід, виходячи зі специфіки його потреб.

Для підвищення ефективності роботи співробітників збутового апарата ТОВ «Макснет» необхідно створити сприятливий клімат в організації, встановити норму винагороди відповідно до норми продажів.

Висновки. На основі отриманих даних про результати господарської діяльності підприємства, запропоновано такі напрямки підвищення ефективності діяльності ТОВ «Макснет»:

– прискорення швидкості обороту оборотних коштів;

– скорочення термінів погашення дебіторської і кредиторської заборгованості;

– інвестування чистого прибутку підприємства у збільшення частки реалізації на ринку телекомунікаційних послуг;

– зменшення операційних витрат в порівнянні до виручки від продажу послуг;

– започаткування продажу іншого виду інформаційних послуг та супровідних сервісів.

Реалізація даних заходів дозволить підприємству знизити рівень витрат, прискорити вивільнення оборотних коштів та підвищити рентабельність.

Література:

1. Єпіфанова І. Ю. Прибутковість підприємства: сучасні підходи до визначення сутності / І. Ю. Єпіфанова, В. С. Гуменюк // Економіка і суспільство. – 2016. – Вип. 3. – С. 189–192.
2. Ковальчук І.В. Економіка підприємства: навч. посіб. / І.В. Ковальчук. –К. : Знання, 2008. – 679 с.
3. Кондратюк О.М. Синергія інформації в управлінні витратами підприємства. / О.М. Кондратюк, О.В. Школа. // Держава та регіони. – 2014. – № 6. – С. 253–255.
4. Петрович Й. М. Економіка і фінанси підприємства : навч. посіб. / Й. М. Петрович, Л. М. Прокопишин-Рашкевич. – Л. : Магнолія, 2014. – 408 с.
5. Раєвнєва О. В. Моделі управління розвитком промислового підприємства в умовах трансформації національної економіки / О. В. Раєвнєва, І. В. Чанкіна. – К. : Ліра-К, 2013. – 264 с.

Polozova T.V.,
Ph.D., Associate Professor,
Dmytrenko A.V.
Student
Kharkiv National University of radioelectronics, Kharkiv, Ukraine

CRITERIA FOR SELECTION OF INVESTMENT PROJECTS OF POLYGRAPHIC ENTERPRISE

Полозова Т.В.
к.е.н., доцент
Дмитренко А.В.
студент
Харківський національний університет радіоелектроніки, м. Харків, Україна

КРИТЕРІЇ ВИБОРУ ІНВЕСТИЦІЙНИХ ПРОЕКТІВ ПОЛІГРАФІЧНОГО ПІДПРИЄМСТВА

Запропоновано критерії вибору інвестиційних проектів для поліграфічних підприємств: ефективність, фінансова оцінка, чутливість, ризикованість. Запропоновано систему показників для вибору інвестиційних проектів, яка містить чисту поточну вартість, внутрішню норму окупності, дисконтований період окупності, коефіцієнт повернення боргу, коефіцієнт фінансової незалежності проекту, коефіцієнт чутливості, коефіцієнт ризику.

Ключові слова: *інвестиційний проект, критерії, показники, ефективність, фінансова оцінка, чутливість, ризикованість.*

The criteria of selection of investment projects for printing companies are offered: efficiency, financial evaluation, sensitivity, riskiness. The system of indicators for the selection of investment projects, which contains the net present value, the internal rate of payback, the discounted payback period, the debt repayment coefficient, the coefficient of financial independence of the project, the coefficient of sensitivity, the risk factor is proposed.

Key words: *investment project, criteria, indicators, efficiency, financial evaluation, sensitivity, riskiness.*

Вирішення питань структурної перебудови економіки неможливо без проведення ефективної інвестиційної політики. Ринкові перетворення повинні відбутися, у першу чергу, в інвестиційній сфері, що займає одне з найважливіших місць в економіці. Це нерозривно пов'язане зі створенням необхідних умов для діяльності інвесторів.

Вибір напрямку вкладення коштів є досить складною проблемою, а в сучасних умовах (високі темпи інфляції, нестабільність законодавчої бази, нестійкий фінансовий стан підприємств) здобуває все більшу актуальність. У такій ситуації головним завданням інвестора є об'єктивна оцінка всіх інвестиційних пропозицій і вибір найбільш перспективних з них.

На сьогоднішній день поліграфічна справа стрімко набирає оберти не тільки в Україні, але й в світі. З іншого боку, особливості розвитку економіки України на сучасному етапі вимагають від підприємств застосування відповідного методичного інструментарію оцінки інвестиційних альтернатив, який буде враховувати вплив факторів зовнішнього і внутрішнього середовища. У зв'язку із цим виникає необхідність у розробці критеріїв оцінки інвестиційних пропозицій, адаптованих до сучасних умов.

Питання оцінки та вибору інвестиційних проектів розглядалися у роботах багатьох науковців, таких як: Є.Г. Галич [1], В.А. Замлинський [2], П.П. Микитюк [3], В.Л. Осецький [4] та інші. Результати наукового пошуку свідчать про відсутність єдиного підходу до визначення мінімальної кількості критеріїв та показників для вибору інвестиційних проектів, що обумовлює актуальність подальших наукових досліджень.

Метою даного дослідження є розробка критеріїв вибору інвестиційних проектів для поліграфічного підприємства.

Для порівняння різних варіантів інвестування доцільно досліджувати всі альтернативи з урахуванням установлення певного ряду критеріїв. Інвестиційний проект буде прийнятий до реалізації, якщо він забезпечить виконання наступних вимог: чистий прибуток від даного вкладення повинна бути вище, чим чистий прибуток від доступного альтернативного вкладення, наприклад, депозиту; прибутковість інвестицій повинна бути вище рівня інфляції; прибутковість даного проекту з урахуванням фактору часу повинна бути вище прибутковості альтернативних проектів; рентабельність активів підприємства після реалізації проекту повинна бути не нижче, чим до реалізації, повинна перевищувати середній відсоток по позикових коштах; даний проект повинен відповідати загальній стратегії інвестора.

Критерії вибору інвестиційних альтернатив поліграфічного підприємства представлено на рис. 1.

В межах кожного із запропонованих критеріїв використовуються відповідні показники. В межах критерію ефективності інвестиційних проектів пропонується використати показники, засновані на дисконтуванні грошових потоків: чиста поточна вартість (NPV), внутрішня норма окупності (IRR), дисконтований період окупності (DPP).

Рис. 1. Критерії вибору інвестиційних проектів для поліграфічних підприємств

Розрахунок чистої поточної вартості (NPV) здійснюється за формулою [5, с. 254]:

$$NPV = \sum_{t=0}^{n} \frac{F_t}{(1+r)^t}, \qquad (1)$$

де F_t – чистий грошовий потік наприкінці періоду t; n – життєвий цикл інвестиційного проекту; r – ставка дисконтування; $(1+r)^{-t}$ – поточна вартість грошової одиниці, яка буде отримана наприкінці періоду t при ставці дисконтування r.

Розрахунок внутрішньої норми окупності (IRR) також заснований на концепції дисконтування грошових потоків. Обчислення даного показника зводиться до визначення такої ставки дисконтування, при якій поточна вартість очікуваних доходів від проекту дорівнюватиме поточній вартості необхідних грошових вкладень. Визначення такої ставки дисконтування здійснюється ітеративним (trail and error) методом. Для розрахунку IRR необхідно розв'язати рівняння відносно r [5, с.213]:

$$\sum_{t=0}^{n} \frac{F_t}{(1+r)^t} = 0. \qquad (2)$$

Таким чином, IRR інвестиційного проекту являє собою розрахункову ставку відсотків, при якій NPV, відповідний до цього проекту, дорівнює нулю. Даний показник найбільш прийнятний для порівняльної оцінки інвестиційних проектів.

Під строком окупності розуміється тривалість періоду, протягом якого сума чистих доходів, дисконтованих на момент завершення інвестицій, дорівнює сумі інвестицій. Для визначення дисконтованого періоду окупності (DPP) можна використовувати вираження [5, с. 220]:

$$\sum_{t=0}^{h} \frac{F_t}{(1+r)^t} = I, \qquad (3)$$

де h – строк окупності; F_t – грошові вступи від реалізації інвестиційного проекту; I – загальна сума інвестиційних коштів.

За даним показником інвестор може оцінити за який строк він може одержати назад капітал, включаючи відсотки. Звичайно, при цьому більш привабливим з погляду інвестора буде проект з мінімальним строком окупності.

Фінансова оцінка інвестиційних альтернатив передбачає розрахунок певних фінансових показників у кожному періоді реалізації інвестиційного проекту:

- суми експлуатаційних витрат;
- виручка від реалізації продукції;
- суми повернення кредитних коштів, що дозволяє зробити інвесторові висновок про вчасне повернення кредиту та систематичність повернення позикових коштів;
- суми прибутків і податків протягом періоду реалізації проекту;
- коефіцієнт повернення боргу, яке визначається шляхом відношення сукупного потоку наявних коштів до мінімально припустимої суми виплати боргу, яка на умовах позики повинна бути погашена в цьому періоді;
- коефіцієнт фінансової незалежності проекту, який розраховується як відношення суми власних коштів для реалізації проекту до загальної потреби в інвестиційному капіталі для даного проекту. Оптимальне значення для даного коефіцієнта 0,5-0,7. Даний показник свідчить про незалежність підприємства від позикового капіталу.

За допомогою розрахунку фінансових показників інвестор зможе одержати інформацію про прибутки, збитки і витрати у кожному періоді реалізації інвестиційного проекту, а також прогноз по рух наявних коштів і строки повернення позикового капіталу за кожною інвестиційною пропозицією.

Одним із критеріїв вибору інвестиційних проектів є його чутливість, тобто схильність проекту до впливу факторів зовнішнього і внутрішнього середовища. Основний підхід до аналізу чутливості полягає в розрахунку прибутковості проекту в умовах найбільш імовірного прогнозу зміни основних параметрів проекту. Завдання даного аналізу полягає в тому, щоб вибравши найбільш суттєві параметри, визначити ступінь їх впливу на вартість проекту при зміні величин цих параметрів. Формальне визначення чутливості звичайно відповідає вираженню [6]:

$$S^{y}_{x_i} = \frac{x_i}{y} \cdot \frac{\partial y}{\partial x_i}, \qquad (4)$$

де y – деякий вихідний параметр інвестиційного проекту;

x_i (i = 1, 2, ...) – внутрішні параметри проекту, що змінюються.

Частинна похідна $\partial y / \partial x_i$ є функцією чутливості або коефіцієнтом впливу параметра x_i на показник ефективності проекту. Відношення x_i/y вводиться для нормування і дозволяє одержати величину $S^{y}_{x_i}$ у відносних одиницях. Очевидно, найбільшою стабільністю має той проект, якому відповідатиме мінімальне значення модуля $S^{y}_{x_i}$.

Оцінка інвестиційних ризиків передбачає виявлення найбільш імовірних для проекту ризиків, їх кількісну оцінку та розробку програми з мінімізації втрат у випадку виникнення цих ризиків. Інвестиційні ризики можна оцінити різними методами (статистичним, експертним, комбінованим) та використати

для оцінки такі показники, як: середньоквадратичне відхилення, коефіцієнт варіації тощо [7].

Для порівняльної оцінки двох і більш інвестиційних проектів розраховані показники по кожному проекту заносяться у зведену таблицю (табл.1).

Таблиця 1

Система показників вибору інвестиційних проектів для поліграфічного підприємства

№ п/п	Показник	Проект			Рекомендоване значення
		А	В	...	
1	Чиста поточна вартість (NPV)				max {A,B,...}
2	Внутрішня норма окупності (IRR)				max {A,B,...}≥ 20%
3	Строк окупності (DPP)				min {A,B,...}
4	Чистий прибуток				max {A,B,...}
5	Коефіцієнт повернення боргу				1,0 ≤ max{A,B,...} ≤ 1,5
6	Коефіцієнт фінансової незалежності				0,5 (max{A,B,...} (0,7
7	Коефіцієнт чутливості				min {A,B,...}
8	Коефіцієнт ризику				min {A,B,...}

Розрахунок пропонованих показників є необхідною і достатньою умовою для одержання мінімально необхідної інформації про кожну інвестиційну пропозицію, що дозволить зробити висновок про прийнятність того або іншого інвестиційного проекту з погляду раціонального розміщення капіталу. Сукупність запропонованих критеріїв і показників дозволить підвищити ефективність прийняття інвестиційних рішень на підприємствах поліграфічної галузі.

Література:

1. Галич Є.Г. Теоретичні засади оцінки ефективності інвестиційних проектів / Є.Г. Галич, Н.О. Фісуненко // Теоретичні і практичні аспекти економіки та інтелектуальної власності. – 2013. – Вип. 1(1). – С. 228-231.
2. Замлинський В.А. Фінансово-економічні показники ефективності інвестиційних процесів на підприємстві / В.А. Замлинський // Економічний аналіз : зб. наук. праць / Тернопільський національний економічний університет; редкол. : В. А. Дерій (голов. ред.) та ін. – Тернопіль : Видавничо-поліграфічний центр Тернопільського національного економічного університету “Економічна думка”, 2014. – Том 16. – № 2. – С. 12-18.
3. Микитюк П.П. Аналіз інвестиційно-інноваційної діяльності підприємств : монографія / П.П. Микитюк. – Тернопіль : Тернограф, Тернопільський національний економічний університет, 2009. – 304 с.
4. Осецький В.Л. Інвестиції та інновації: проблеми теорії і практики : монографія / В.Л. Осецький. – К.: ІАЕ УААН, 2003. – 412 с.
5. Бирман Г. Экономический анализ инвестиционных проектов / Г. Бирман, С. Шмидт / Пер. с англ. под ред. Л.П. Белых. – М.: Банки и биржи, ЮНИТИ, 1997. – 631с.
6. Полозова Т.В. Економіко-математична модель оцінки чутливості інноваційно-інвестиційних проектів / Т.В. Полозова, О.В. Стороженко // Науковий Вісник Херсонського державного університету. Серія Економічні науки. 2017. – Випуск 22. – Ч. 2 – С. 24-27.
7. Полозова Т.В. Модель оцінки ризиків інноваційно-інвестиційних проектів підприємства / Т.В. Полозова // Економіка та управління підприємствами, регіонами і

країнами в умовах ризиків : матеріали міжнар. наук.-практ. конф., 27 – 28 листоп. 2014 р., м. Чернігів / ред. кол. : В.П. Ільчук [та ін.]; М-во освіти і науки України, Нац. гірн. ун-т. – Д. : НГУ, 2014. – С.135-138.

Sotnikova I.N.
postgraduate
Kyiv National University of Civil Engineering and Architecture

METHODICAL APPROACHES TO ESTIMATION OF THE ORGANIZATIONAL STRUCTURE OF MANAGEMENT OF A BUILDING ENTERPRISE

Сотнікова І.М.
здобувач
Київський національний університет будівництва і архітектури

МЕТОДИЧНІ ПІДХОДИ ДО ОЦІНКИ ОРГАНІЗАЦІЙНОЇ СТРУКТУРИ УПРАВЛІННЯ БУДІВЕЛЬНОГО ПІДПРИЄМСТВА

In the article to consider the features of methodological approaches to the assessment of the organization of the management of construction enterprises in under conditions. The peculiarities of organization of management taking into account specific features of construction enterprises are determined, and proposals have been developed to improve existing approaches and methodological developments.

Key words: *organizational structure, management, construction enterprises*

В статті розглянути особливості методичних підходів до оцінки організації системи управління будівельних підприємств в сучасних умовах. Визначено особливості організації управління з урахуванням специфічних особливостей будівельних підприємств та розроблено пропозиції по вдосконаленню існуючих підходів та методичних розробок

Ключові слова: *організаційна структура, управління, будівельні підприємства*

В сучасних умовах господарювання для будівельних підприємств дуже актуальними стають питання організації системи управління на підприємстві, але для вітчизняних підприємств розгляд цих питань майже ніколи не включає використання методик оцінки ефективності організаційної структури Більшість існуючих вітчизняних методик з оцінки та аналізу організаційних структур управління оцінюють кількісні параметри фактичної структури на ступінь відповідності їх нормативним значенням. Однак в умовах мінливого зовнішнього середовища відбувається постійне «старіння» розроблених нормативів. У зв'язку з цим, великого значення набуває аналіз організаційної структури управління на відповідність вимогам факторів зовнішнього і внутрішнього середовища підприємства. При цьому аналіз повинен зачіпати всі рівні, підсистеми і елементи організаційної системи.

Існуючи вітчизняні методики оцінки організаційних структур орієнтовані на визначення відповідності організаційної структури внутрішньому середовищі підприємства, невиправдано випускаючи з уваги чинники зовнішнього середовища. Тим часом, саме зовнішні чинники є найменш керованими для фірми і накладають найбільш жорсткі обмеження на структурні рішення. Ось чому при аналізі організаційної структури, перш за все, необхідно

виявити невідповідності структурних параметрів вимогам зовнішнього середовища функціонування.

Нестабільна середовище вимагає постійного відстеження змін внутрішніх та зовнішніх чинників і оцінку їх впливу на організаційну структуру управління будівельного підприємства. Це визначає безперервний характер діяльності з аналізу структурних конструкцій. При цьому, найбільш прийнятним є перспективний підхід до аналізу, коли здійснюється прогнозування стану і змін факторів, що впливають на організаційну структуру і визначається в якій мірі їм відповідає фактична структура.

Одним з недоліків підходів до оцінки організаційних структур є орієнтація на констатацію факту про існуючій структурі і неможливість за результатами аналізу визначити шляхи структурного вдосконалення. У зв'язку з цим при розробці методичних рекомендацій щодо проведення дослідження стану та оцінки організаційних структур управління необхідно враховувати принцип орієнтації на прийняття рішень по структурному розвитку.

На підставі вищесказаного можна зробити висновок, що в нестабільному середовищі оцінка організаційної структури будівельного підприємства повинен базуватися на наступних принципах:

- розширення меж аналізованого об'єкта;
- перспективність;
- комплексність;
- пріоритетність аналізу зовнішніх чинників;
- безперервність;
- орієнтація на прийняття рішень по структурному вдосконаленню.

З урахуванням названих вище принципів, пропонується наступний методологічний підхід до оцінки організаційних структур управління будівельних фірм при здійсненні процесу їх розвитку в умовах високої мінливості зовнішнього середовища. Як об'єкти оцінки організаційної структури пропонуються фактичні і прогнозовані характеристики зовнішніх факторів, цілі, елементи та процеси організаційної системи, організаційна структура підприємства в цілому і його окремих ланок.

Цілями аналізу організаційної структури фірми є:

- аналіз організаційної структури управління на відповідність вимогам зовнішнього середовища, цілей, елементів і процесів організаційної системи;
- оцінка ступеня відповідності фактичної організаційної структури управління проектованої структурі;
- оцінка структури на відповідність принципам організаційної побудови.

У висновку слід зазначити, що визначення відповідності організаційної структури управління підприємства житлового будівництва вимогам факторів внутрішнього і зовнішнього середовища являє собою досить складну проблему, до вирішення якої необхідно підходити різними методами. Зокрема, запропонований нами методичний підхід до оцінки та аналізу організаційних структур управління передбачає вибір напрямку оцінки структурної конструкції на основі наступних принципів:

- пріоритетності аналізу зовнішніх чинників;
- безперервності; перспективності; комплексності;
- орієнтації на прийняття рішень по структурному вдосконаленню.

Література:

1. Карібова І. Ш. Підвищення кваліфікації будівельників як один з головних важелів зростання продуктивності праці і якості будівельної продукції / / Регіональні проблеми перетворення економіки. – 2011. – № 2. – С. 293–299.
2. Кармінська-Бєлоброва М.В. Організаційні структури управління підприємством / М.В. Кармінська-Бєлоброва // Бізнес Інформ. – 2012. – № 12. – С. 192–195.
3. Поповиченко І.В Декомпозиція організаційної структури підрядного будівельного підприємства як основа створення його логістичної системи / І.В. Поповиченко // Ефективна економіка. – 2009. – № 2 [Електронний ресурс]. – Режим доступу : http://www.economy.nayka.com.ua.

Trushkina N.V.

Candidate of Economic Sciences, Researcher

The Institute of Industrial Economics of the NAS Ukraine, Kiev, Ukraine

MODERN TRENDS OF E-COMMERCE DEVELOPMENT IN UKRAINE

Трушкіна Н.В.

кандидат економічних наук, науковий співробітник

Інститут економіки промисловості НАН України, Київ, Україна

СУЧАСНІ ТЕНДЕНЦІЇ РОЗВИТКУ ЕЛЕКТРОННОЇ КОМЕРЦІЇ В УКРАЇНІ

The main indicators are analyzed, current trends, problems and prospects of e-commerce development in Ukraine are revealed. The trends of the domestic market of Internet-commerce are determined.

Keywords: *e-commerce, Internet-commerce, online sales, digital technologies, indicators, prospects, tools, mechanisms, trends.*

Проаналізовано основні показники, виявлено сучасні тенденції, проблеми та перспективи розвитку електронної комерції в Україні. Визначено тренди вітчизняного ринку інтернет-торгівлі.

Ключові слова: *електронна комерція, електронна торгівля, інтернет-торгівля, онлайн-продажі, цифрові технології, показники, перспективи, інструменти, механізми, тренди.*

На даний час в Україні спостерігається динамічний розвиток електронної комерції із застосуванням цифрових технологій. Це відповідає прийнятому в 2015 р. Закону України «Про електронну комерцію», в якому визначено організаційно-правові засади діяльності у сфері електронної комерції [1].

Серед пріоритетних напрямів розвитку «цифрового суспільства», як зазначено у законопроекті «Про цифровий порядок денний України», визнано створення на законодавчому рівні інституційних, інфраструктурних, правових, регуляторних, економічних і фінансових механізмів організації електронної торгівлі з використанням інформаційно-телекомунікаційних технологій [2].

За оцінками експертів, щорічні темпи зростання обсягів електронної комерції в Україні становлять 30-40% [3]. Як визначено у документі «Цифрова адженда України – 2020», протягом наступних 3 років очікується зростання

рівня розвитку ринку інтернет-торгівлі в 2 рази [4].

Однак інтенсивний розвиток електронної комерції в Україні стримується, на думку науковців, рядом чинників, до яких віднесено [5, с. 345; 6, с. 76; 7, с. 34]:

✓ скорочення можливості одержання знижок через відсутність безпосереднього фізичного зв'язку між споживачами і продавцями;

✓ значний час доставки товарів (більшість вітчизняних підприємств не має власної логістичної інфраструктури);

✓ відсутність надійної системи оперативної доставки товарів;

✓ недостатній рівень розвитку телекомунікаційної інфраструктури;

✓ обмеженість реклами;

✓ неможливість впливу на вибір споживача;

✓ високий рівень ризиків і значні втрати внаслідок невідповідності товару описам на сайтах;

✓ недостатній доступ до швидкісного Інтернету;

✓ низька платоспроможність населення;

✓ недосконалі механізми оплати;

✓ низький рівень безпеки при здійсненні оплати платіжними картками;

✓ недовіра до інтернет-магазинів;

✓ висока вартість володіння електронними магазинами (за розрахунками фахівців, вартість інтернет-магазину становитиме в межах 2-50 тис. дол. США).

За показником «Технологічна готовність», що є складовим Індексу глобальної конкурентоспроможності, Україна у 2016 р. посіла 85-е місце серед 138 країн світу; за показником «Наявність новітніх технологій» – 93-є; «Технологічні запозичення» – 97-е; «Використання інформаційно-комунікаційних технологій» – 78-е місце [8]. Останні з яких становлять у ВВП України лише 2% (для порівняння в Естонії – 7%) [9].

Таблиця 1

Динаміка розвитку інтернет-торгівлі в Україні

Роки	Показники			
	Роздрібний товарооборот (*у фактичних цінах*), млн грн	Роздрібний товарооборот (*у порівняних цінах*), млн грн	Обсяг продажів через мережу Інтернет, млн грн	Частка в загальному обсязі роздрібного товарообороту, %
2010	271380,9	246262,2	179,4	0,07
2011	350059,2	309239,6	648,6	0,19
2012	405113,9	360742,6	1117,7	0,28
2013	420145,4	395990,0	1649,4	0,39
2014	427460,9	473903,4	2431,3	0,57
2015	487558,1	607927,8	2587,4	0,53
2016	555975,4	532033,9	4445,4	0,80

Складено за даними: [10, с. 7].

Отже, у сучасних умовах стрімкого розвитку цифрової економіки актуалізується проблема організації електронної комерції підприємств. Це підтверджується результатами аналізу статистичних даних. За даними

Державної служби статистики України, обсяг роздрібного товарообороту у порівняних цінах збільшився за 2010-2016 рр. у 2,2 рази. Частка обсягу продажів через мережу Інтернет у загальному обсязі роздрібного товарообороту є незначною і зросла лише на 0,73%. При цьому спостерігається тенденція щорічного збільшення даного показника (табл. 1).

З використанням авторегресійної моделі розроблено прогнози розвитку електронної торгівлі до 2020 року (табл. 2).

Таблиця 2

Динаміка прогнозних показників розвитку інтернет-торгівлі в Україні

Роки	Показники			
	Роздрібний товарооборот (*у фактичних цінах*), млн грн	Роздрібний товарооборот (*у порівняних цінах*), млн грн	Обсяг продажів через мережу Інтернет, млн грн	Частка в загальному обсязі роздрібного товарообороту, %
2017	619189,8	579438,1	6392,5	1,03
2018	689591,7	631066,1	9192,4	1,33
2019	767998,3	687294,0	13218,7	1,72
2020	855319,7	748531,9	19008,4	2,22

Розраховано автором.

Як показують розрахунки, обсяг роздрібного товарообороту у порівняних цінах зросте в 2020 р. порівняно з 2016 р. на 40,7%. Питома вага обсягу продажів через мережу Інтернет у загальному обсязі роздрібного товарообороту у фактичних цінах збільшиться за 2016-2020 рр. на 1,42%.

Аналіз статистичних даних свідчить, що кількість підприємств, які користуються автоматизованим обміном даних для відправлення або одержання товарно-транспортних накладних, зросла за 2011-2015 рр. на 119,7%; одержання замовлень від клієнтів – на 70,4%; відправлення або одержання інформації про продукцію – на 57,6%. При цьому частка підприємств у загальній їх кількості, де здійснюється автоматизований обмін даними, збільшилася на 14,4% (з 24,4 до 38,5%); 11,3 (з 49,5 до 60,8) і 7,8% (з 57,2 до 65%) відповідно.

При цьому за цей період кількість підприємств, на яких здійснюється регулярний електронний обмін інформацією, за рівнем техніко-матеріального забезпечення, виробничим планом або прогнозом попиту клієнтів збільшилася на 35,6%; розвитком доставки кінцевої продукції споживачам – на 40,6%. Питома вага цих підприємств у загальній кількості підприємств, де використовується автоматизований обмін даними, становила в 2015 р. 14,3 і 16,7% відповідно. На основі обстеження рівня усвідомлення переваг у використанні інформаційно-комунікаційних технологій при організації ринку збуту виявлено, що 10,7% респондентів відзначають про значні поліпшення (у 2011 р. – 7,7%) [11, с. 12, 13, 16].

Кількість підприємств, які використовували мережу Інтернет для отримання інформації про товари та послуги, становила в 2016 р. 33298, або 85,8% загальної кількості підприємств, що мали доступ до мережі Інтернет. Кількість підприємств, на яких веб-сайт забезпечував можливості обслуговування споживачів, складала 7188 (46,1%), а формувати замовлення

товарів і послуг у режимі он-лайн – 4255, або 27,3% від загальної кількості підприємств, що мали веб-сайт, який функціонував у мережі Інтернет.

Соціальні медіа використовували для співпраці з діловими партнерами та іншими організаціями 6789 підприємств (20% загальної кількості підприємств, які використовували соціальні медіа); для отримання відгуків клієнтів або надання відповідей на їх запитання – 6089 підприємств (18%), а для залучення клієнтів у розвиток або інновацію товарів та послуг – 3963 підприємства (11,7% загальної кількості підприємств). У 2016 р. кількість підприємств, які купували програми для управління взаємовідносинами з клієнтами, складала 967, або 26,6% загальної кількості підприємств, що купували послуги хмарних обчислень [12, с. 11, 12, 14, 15].

Електронну торгівлю через комп'ютерні мережі здійснювали, як правило, підприємства переробної промисловості, оптової та роздрібної торгівлі, у сфері інформації та телекомунікації, транспорту, складського господарства, поштової та кур'єрської діяльності, будівництва. Як показав аналіз статистичних даних, кількість підприємств, що отримували замовлення через комп'ютерні мережі на продаж товарів або послуг, становила в 2016 р. 2503, а які здійснювали закупівлі через комп'ютерні мережі – 7147 (табл. 3).

Таблиця 3

Частка підприємств, які здійснювали електронну торгівлю через комп'ютерні мережі, %

Показники	Види економічної діяльності				
	оптова та роздрібна торгівля	переробна промис-ловість	інформація та телекому-нікації	транспорт, складське господарство, поштова та кур'єрська діяльність	будівництво
Підприємства, що отримували замовлення через комп'ютерні мережі на продаж товарів або послуг	33,4	27,8	8,9	6,7	5,1
Підприємства, що здійснювали закупівлі товарів або послуг через комп'ютерні мережі	24,7	24,4	6,7	6,8	9,3

Складено за даними: [12, с. 20].

У результаті дослідження виявлено, що для стимулювання ефективного розвитку електронної комерції в Україні доцільно розширювати способи здійснення оплати; використовувати «електронні» гроші; впроваджувати інноваційні фінансові інструменти збутової діяльності (наприклад, онлайн-кредитування); застосовувати принципи smart-логістики [13, с. 152].

До основних тенденцій функціонування вітчизняного ринку інтернет-торгівлі можна віднести:

✓ зростання частки онлайн-торгівлі – за оцінками експертів, питома вага електронної торгівлі в Україні становить понад 3% від всього рітейлу; однак у більшості розвинених країнах світу цей показник досягає 10-15% [3];

✓ щорічне збільшення маркетплейсів – за товарообігом і кількістю замовлень, загалом маркетплейси ростуть у 19 разів швидше, ніж інтернет-магазини;

✓ більша мобільність користувачів – за даними Zenith Media, частка глобального мобільного інтернет-трафіку в 2017 р. складатиме 75%;

✓ прискорення просування нових брендів, які швидко завоюють високі позиції на ринку;

✓ створення або заповнення мультиплейсами цілих галузей;

✓ найбільша потреба ринку – дешева доставка товарів і надійна система платежів.

Отже, прогнози щодо перспектив бурхливого розвитку електронної комерції в Україні здебільшого позитивні, однак ключовими завданнями залишаються застосування передового зарубіжного досвіду, удосконалення процесів комунікації зі споживачами та логістичної діяльності за допомогою сучасних інформаційних технологій.

Література:

1. Про електронну комерцію: Закон України від 03.09.2015 р. № 675-VIII (із змін.; редакція від 26.04.2017 р.). – Режим доступу: http://zakon0.rada.gov.ua/laws/ show/675-19.
2. Про цифровий порядок денний України: проект Закону України [Електронний ресурс]. – Режим доступу: http://www.rada.gov.ua/uploads/ document/40009.pdf.
3. E-commerce в Україні: підсумки 2016. Топові тренди 2017 [Електронний ресурс]. – Режим доступу: http://logist.fm/publications/e-commerce-v-ukrayine-pidsumki-2016-topovi-trendi-2017.
4. Цифрова адженда України – 2020. Концептуальні засади (проект) [Електронний ресурс]. – Режим доступу: https://ucci.org.ua/uploads/files/58e78 ee3c3922.pdf.
5. Одарченко А.М. Особливості електронної комерції та перспективи її розвитку в Україні / А.М. Одарченко, К.В. Сподар // Бізнес Інформ. – 2015. – № 1. – С. 342-346.
6. Маловичко С.В. Аналіз сучасних тенденцій та динаміки розвитку електронної торгівлі на підприємствах України / С.В. Маловичко // Проблеми економіки. – 2015. – № 2. – С. 71-77.
7. Васильєв Ю.Ю. Електронна комерція як інструмент просування товарів на ринку побутової техніки / Ю.Ю. Васильєв // Інтернаука: міжнародний науковий журнал. – 2017. – № 1 (23). – Т. 2. – С. 29-34.
8. Позиція України в рейтингу країн світу за індексом глобальної конкурентоспроможності 2016–2017 [Електронний ресурс]. – Режим доступу: http://edclub.com.ua/analityka/pozyciya-ukrayiny-v-reytyngu-krayin-svitu-za-indeksom-glo-balnoyi-konkurento-spromozhnosti-1.
9. Станут ли цифровая экономика и стратегия создания «точек роста» локомотивом развития Украины [Электронный ресурс]. – Режим доступа: https://delo.ua/news-companies/stanut-li-cifrovaja-ekonomika-i-strategija-sozdanija-tochek -rost-304952/.
10. Роздрібна торгівля України у 2016 році: стат. зб. – Київ: Держ. служба статистики України, 2017. – 118 с.
11. Використання інформаційно-комунікаційних технологій на підприємствах України у 2015 році: стат. зб. – Київ: Держ. служба статистики України, 2016. – 24 с.

12. Використання інформаційно-комунікаційних технологій на підприємствах України у 2016 році: стат. зб. – Київ: Держ. служба статистики України, 2017. – 30 с.
13. Трушкіна Н.В. Збутова діяльність підприємств у системі електронної комерції / Н.В. Трушкіна [Електронний ресурс] // Маркетинг і контролінг: сучасні виклики підприємництва: зб. матеріалів міждисциплінар. наук.-практ. конф., м. Київ, Івано-Франківськ, 30 листопада 2017 р. – Київ: Юдіна Л.І., 2017. – С. 150-152. – Режим доступу: http://futurolog.com.ua/publish/7/Zbirnyk.pdf.

Tsymbalyuk G.S.
Postgraduate student
Khmelnytsky National University, Ukraine

THE TRENDS OF QUALITY MANAGEMENT SYSTEMS DEVELOPMENT OF FOOD INDUSTRY COMPANIES PRODUCTS UNDER THE CONDITIONS OF EURO INTEGRATION PROCESSES

Цимбалюк Г.С.
аспірант
Хмельницький національний університет, Україна

ТЕНДЕНЦІЇ РОЗВИТКУ СИСТЕМ УПРАВЛІННЯ ЯКІСТЮ ПРОДУКЦІЇ ПІДПРИЄМСТВ ХАРЧОВОЇ ПРОМИСЛОВОСТІ ЗА УМОВ ЄВРОІНТЕГРАЦІЙНИХ ПРОЦЕСІВ

Abstract. *The main production processes of food industry enterprises, their products' quality control systems are investigated. It is determined that the quality management system can provide growth of enterprises' competitiveness, the welfare of the population and national security of the state under the conditions of European integration processes.*

Key words: *quality management system, competitiveness, international quality standards.*

Анотація. *Досліджено основні виробничі процеси підприємств харчової промисловості, їх систем управління якістю продукції. Визначено, що в умовах євроінтеграційних процесів системи управління якістю здатні забезпечити зростання конкурентоспроможності підприємств, добробут населення та національну безпеку держави.*

Ключові слова: *система управління якістю, конкурентоспроможність, міжнародні стандарти якості.*

Процеси глобалізації світової економіки, поява нового рівня управління економічними процесами посилюють потребу в удосконаленні систем управління якістю продукції та формуванні стратегії їх подальшого розвитку. Якість продукції є основним показником її конкурентоспроможності, а також відображує ефективність діяльності підприємства, що, в першу чергу, забезпечується здатністю його управлінських і виробничо-господарських систем адаптуватись до змін з мінімальними витратами та із впровадженням досягнень науки і техніки у всі сфери функціонування підприємства.

Під якістю продукції розуміють сукупність властивостей, що визначають її здатність задовольняти споживчі потреби покупців. Тому обґрунтованим є висновок, що система управління якістю продукції виступає одним із найважливіших елементів економічного механізму функціонування підприємства, а політика формування якості продукції є основоположною

складовою економічної політики підприємства та підпорядковується його загальній стратегії розвитку. В широкому розумінні під політикою управління якістю продукції доцільно розуміти основні напрями, заходи, цілі і завдання підприємства по якості. Іншими словами, політика якості є орієнтиром для загального спрямування діяльності підприємства на управління якістю продукції.

Політика якості передбачає визначення напрямів діяльності підприємства з управління якістю продукції, обґрунтування цілей та вибору шляхів їх досягнення, що забезпечить виробництво продукції високої якості. Основним напрямом в політиці якості є максимальне використання всіх внутрішніх резервів підприємства для досягнення високого рівня якості продукції, а також пошук таких рішень, які дозволили б скоротити витрати без зниження якості. Безпосередніми об'єктами управління в цьому випадку є споживчі характеристики продукції, фактори й умови, що їх визначають, а також процеси формування якості продукції на різних стадіях її життєвого циклу [1, с.190]. Поєднання системного та процесного підходів дозволяє виділити основні процеси господарської діяльності, що впливають на якість продукції промислового підприємства на різних етапах її виробництва.

Якість продукції залежить, в першу чергу, від якості виробничих програм її планування та проектування. Якщо якість не обґрунтовано та не передбачено у проекті, її неможливо досягти у процесі виробництва.

Процеси проектування готової продукції передбачають стислий опис технічних умов на продукцію, з відображенням особливостей організації виробництва. Технічні умови на продукцію визначають статті калькуляційних витрат, особливості технологічних процесів. Виготовлення якісної продукції можуть забезпечити лише новітні виробничі процеси, які повинні відповідати сучасному рівню досягнень науки й техніки [2; 4; 5].

До процесів системи управління якістю на етапі виробництва продукції належать: функціонування систем забезпечення (енергопостачання, транспорту, комунікацій); контроль стану виробничого середовища; впровадження сучасних інформаційних технологій профілактики, виявлення дефектів і браку; оцінювання якості виготовлення продукції; проведення технічного обслуговування та планових ремонтів обладнання; контроль за діяльністю персоналу, здійснення заходів із його стимулювання з метою забезпечення якості продукції; інформування керівництва та підрозділів про якість продукції та робіт із забезпечення якості.

До елементів системи управління якістю продукції на етапі її передачі з виробництва на склад належать: впровадження заходів із забезпечення якості під час транспортування, вантажно-розвантажувальних робіт; ідентифікація та контроль матеріалів, напівфабрикатів, сировини, готової продукції; пакування, маркування та зберігання продукції; підготовка та узгодження договорів на постачання (реалізацію) продукції в частині вимог до збереження її якості, умов технічного приймання та контролю продукції, санкцій за неналежну якість; реєстрація та зберігання даних про якість продукції.

Особливої гостроти проблеми забезпечення та підвищення якості продукції набувають в харчовій промисловості, оскільки підприємства цієї галузі задовольняють потреби кожної людини і суспільства в цілому.

Харчова промисловість України – одна з найперспективніших галузей української економіки, яка відповідає більш ніж за 20% виробленої промислової продукції. Останнім часом спостерігається досить повільний розвиток харчової промисловості, що в першу чергу пов'язано із низьким рівнем інноваційних впроваджень на підприємствах. Досить негативно на розвиток промисловості впливають також недостатня забезпеченість сировиною та проблеми в становленні регіональних продовольчих ринків.

Особливу роль в забезпеченні високої якості виготовленої продукції у контексті Європейської інтеграції та розширенні ринків збуту необхідно надати міжнародній стандартизації. Отримання сертифікатів міжнародного зразка допоможе українським підприємствам покращити свій імідж на світовій арені, збільшити об'єми експортованої продукції та залучати більшу кількість інвестицій.

Важливим стимулом до активного розвитку харчової промисловості має стати запровадження нульового мита, застосованого Європейським Союзом для більшості товарних груп. Після створення зони вільної торгівлі між Україною та ЄС за умови належного інвестиційного клімату можна очікувати збільшення капіталовкладень у вітчизняну харчову промисловість країнами ЄС [3]. Але скасування мит зовсім не означає, що тепер всі бажаючі підприємства будуть без проблем вивозити свою продукцію на європейські ринки. Для того щоб потрапити на ринок ЄС, продукція повинна бути не тільки якісною, але й відповідати усім нормам безпеки та стандартам. При цьому, маючи сертифікати відповідності європейським стандартам, продукцію автоматично можна буде продавати третім країнам.

І хоча Україна вже не перший рік працює в умовах макроекономічного дисбалансу, основними факторами, що будуть впливати на розвиток харчової промисловості, будуть дії самих компаній щодо покращення свого іміджу. Серед найважливіших напрямків розвитку даних програм є в першу чергу екологізація правової бази та податкової системи, а лише потім – екологізація інвестицій та виробництва.

Розвиток ринкової економіки України та вихід на світові ринки має визначити нові пріоритети розвитку виробництва. Це, по-перше, підвищення конкурентоспроможності виробленої продукції. По-друге, важливим етапом є перехід від видобувної до переробної промисловості. По-третє, не менш важливою ланкою підвищення конкурентоспроможності має стати створення системи забезпечення безпеки споживаної продукції.

Саме на цих етапах виникає необхідність використовувати новий підхід до вирішення задач. Вчені та практики світу наполегливо працюють над розробкою універсального стандарту, який містив би нормативні вимоги до усієї системи менеджменту підприємства, включаючи фінансовий та інвестиційно-інноваційний менеджмент, управління персоналом, існуючими ризиками та загрозами, менеджмент комунікацій. Досвід підприємств, які

досягли високих результатів, свідчить, що шлях до успіху обов'язково лежить через забезпеченість якості. З огляду на це, якість продукції є найважливішим фактором підвищення рівня життя населення, його економічної, соціальної і екологічної безпеки.

В сучасних умовах управління підприємствам харчової промисловості необхідно значно посилити стратегічні орієнтації усіх своїх внутрішніх систем виробництва. Для того щоб посилити конкурентні позиції на світовій арені, сертифікація та стандартизація мають стати основоположними механізмами роботи компаній. Запровадження всесвітньо визнаних сертифікатів надасть українським компаніям чималу кількість преваг: підвищення конкурентоспроможності продукції, порівняно із аналогічною продукцією інших виробників, що не мають даних сертифікатів; зниження фінансових ризиків, претензій та збитків, підвищення загальних показників економічної ефективності підприємств; покращення корпоративного іміджу та доказ надійності компанії; вдосконалення внутрішніх процесів; закріплення позицій на ринку та покращення фінансових показників.

Таким чином, враховуючи той факт, що іноземні замовники все частіше вимагають, щоб безпека харчових продуктів була гарантована і підтверджена документально, підприємствам харчової промисловості України варто більше уваги приділяти стандартизації та сертифікації на міжнародному рівні.

Література:

1. Білецький Е.В. Управління якістю продукції та послуг / Е. В. Білецький, Д.А. Янушкевич, З.Р. Шайхлісламов // Харків. торгов.-економ. інститут КНТЕУ- Х. : ХТЕІ, 2015. – 222 с.
2. Впровадження інновацій на промислових підприємствах: за даними Головного управління статистики у місті Києві // [Електронний ресурс]. – Режим доступу: http://www.kiev.ukrstat.gov.ua/ p.php3?c=1168&lang=1.
3. Войнаренко М.П. Зовнішньоекономічна діяльність підприємств харчової промисловості Хмельницької області / М.П. Войнаренко, Л.П. Корчинська // Економічний аналіз : зб. наук. праць Тернопільського національного економічного університету / С.І.Шкарабан (голов. ред.) та ін. – Тернопіль: Економічна думка, 2010.- Вип. 7. – С.34-38.
4. Войнаренко М. Методика вибору ефективної системи управління запасами на підприємствах харчової промисловості / М. Войнаренко, Л. Юрчишена // Економіст. – 2009. - №4. – С.48-51.
5. Філиппова С.В. Науково-методичні засади передпланової оцінки інноваційно-інвестиційних проектів [моногр.] / С.В. Філиппова, В.І. Захарченко, , М.О. Акулюшина, В.В. Лаптєва / За ред. В.І. Захарченко. – Одеса: ОНПУ, Атлант ВОІ СОІУ, 2015. – 104 с.

Vanieva A.R.
candidate of economic sciences, associate professor
Kherson Economic and Legal Institute, Ukraine

ORGANIZATIONAL AND ECONOMIC CHANGES IN STRUCTURES OF AGRICULTURAL ENTERPRISES ON FUNDAMENTALS OF FINANCIAL MANAGEMENT

Ванієва А.Р.
к.е.н., доцент
Херсонський економіко-правовий інститут, Україна

ОРГАНІЗАЦІЙНО-ЕКОНОМІЧНІ ЗМІНИ СТРУКТУРИ АГРАРНИХ ПІДПРИЄМСТВ НА ЗАСАДАХ ФІНАНСОВОГО МЕНЕДЖМЕНТУ

The article reveals peculiarities of structural changes in agrarian enterprises on the basis of financial management. According to its essence, as a tool and practical means, the processes of restructuring agroformations are grounded. Its advantages and possible results in the form of increase of efficiency of production, use of resources, attraction of investments are revealed. The directions of application for the future are defined. Other concepts of financial management, which can be used in complex or in accordance with the tasks of agribusiness development, are presented.

Key words: *agrarian enterprises, organizational and economic, changes, structure, financial management.*

У статті виявлені особливості здійснення структурних зрушень аграрних підприємств на засадах фінансового менеджменту. У відповідності до його сутності в якості інструментів та практичних засобів здійснення обґрунтовуються процеси реструктуризації агроформувань. Виявлені її переваги та можливі результати у вигляді підвищення ефективності виробництва, використання ресурсів, залучення інвестицій. Визначені напрями застосування на перспективу. Наведені й інші концепції фінансового менеджменту, які може бути використано у комплексі або у відповідності до завдань розвитку агроформувань.

Ключові слова: *аграрні підприємства, організаційно-економічні, зміни, структура, фінансовий менеджмент.*

Необхідно зазначити, що ефективність та конкурентоспроможність агроформувань залежить від рівня оптимальності їх організаційно-економічної структури та правильного розподілу фінансово-грошових потоків, тобто фінансового менеджменту. В свою чергу, фінансовий менеджмент означає розробку їх фінансової політики, обґрунтування обліково-фінансової звітності, управління грошовими потоками й формування портфеля інвестицій [1, с. 241]. При цьому використовуються різні інструменти та методи, зокрема й реструктуризація як досить багатогранне організаційно-управлінське явище.

Саме тому в економічній науковій теорії та практиці господарювання немає єдиного визначення її сутності й алгоритму проведення. Зрозуміло, що остання передбачає зміну структури підприємства та/або його окремих параметрів. Однак науковці здебільшого дають доволі узагальнене визначення реструктуризації, яке можна застосувати до більшості інструментів управління. Проте залежно від типу фінансово-економічних відносин, на вдосконалення

яких спрямована реструктуризація, її доцільно поділяти на внутрішню й зовнішню [2, с. 73]. Внутрішня реструктуризація передбачає вдосконалення й адаптацію внутрішньовиробничих фінансово-економічних відносин, розв'язання внутрішніх конфліктів із метою підвищення ефективності діяльності підприємства.

У її межах мають реалізовуватися заходи з поліпшення внутрішньої організаційної структури, структури активів і управління, вдосконалення системи мотивації персоналу й менеджменту. Зовнішня реструктуризація спрямована на поліпшення фінансових відносин між підприємством і зовнішніми групами стейкхолдерів, у тому числі власниками, кредиторами, конкурентами, державою. Зовнішня реструктуризація визначається також як корпоративна реструктуризація, основним завданням якої є отримання переваг у вигляді ефекту синергізму або конкурентних переваг у результаті диверсифікації діяльності та правової відособленості окремих структурних підрозділів (реорганізація, спрямована на розукрупнення). Існує багато варіантів класифікації реструктуризації. Так, виокремлюють активну й пасивну реструктуризацію [3, с. 10].

Вибір варіанту або виду реструктуризації агроформувань полягає у визначенні саме того з кількох поданих варіантів, який повністю відповідатиме вимогам і пріоритетам їх розвитку, високій технологічності виробництва та конкурентоспроможності продукції. Отже, концепція фінансового менеджменту аграрних підприємств дає відповідь на питання про те, як саме буде проведено реструктуризацію: через об’єднання, злиття, розподіл, виділення зі складу об’єднання тощо (рис. 1).

Рис. 1. Організаційні способи здійснення реструктуризації аграрних підприємств

Практика свідчить, що ефективна фінансово-господарська діяльність залежить на 70% від стратегічної спрямованості, на 20% – від ефективності оперативного управління і на 10% – від якості виконання поточних завдань. Отже, це означає якість стратегічного аналізу, реальність стратегічного планування, рівень реалізації стратегічних завдань.

З іншої сторони, будь-які прояви реструктуризаційних заходів неможливі без використання фінансових важелів. Фінансовий аспект реструктуризації, на наш погляд, полягає у використанні різноманітних методів й інструментів з метою підвищення ефективності формування й використання інвестиційних ресурсів [4, с. 308]. Оптимальні умови залучення додаткових засобів повинні створюватися в процесі емісії корпоративних цінних паперів і в ході їх конвертації в різні форми. Фінансова реструктуризація – це комплекс засобів щодо оптимізації взаємин підприємства з його фінансовими контрагентами (кредиторами й боржниками) з метою підвищення ефективності використання власного капіталу.

Фінансова реструктуризація завдяки її короткостроковому періоду здійснення, а також властивим їй стратегічним цілям, спрямованим на підвищення ефективності виробництва, мінімізує загрозу ліквідації підприємств і, в такий спосіб, створює умови для інвестування інших реструктуризаційних заходів [5, с. 11]. У сучасних економічних умовах варто враховувати факторні впливи на зміст та форми реструктуризації, серед яких: відсутність необхідних капітальних вкладень у регіонах і обмеженість джерел їх залучення; порівняно низький технологічний рівень значної кількості аграрних підприємств; відсутність у багатьох адміністративних областях достатнього обсягу енергоносіїв і необхідність їх імпорту або поставок з інших, взаємні неплатежі підприємств, проблеми матеріально-технічного й фінансового забезпечення виробництва, недосконалість законодавчо-нормативної бази.

До сучасної наукової парадигми фінансового менеджменту аграрних підприємств необхідно віднести концепцію управління їх вартістю. Вартість є сумарним показником, що характеризує розміри й конкурентоспроможність, ринкову вартість капіталу, ефективність функціонування, їх роль в соціально-економічному розвитку сільських територій [6, с. 147]. Актуалізація завдань управління вартістю передбачає усвідомлення того, що являє собою об’єкт управління. На даний час склалася стійка концепція вартості, зафіксована в Міжнародних стандартах обліку й фінансової звітності й, у більшій мірі, у Міжнародних стандартах оцінки, яка знайшла загальновизнане тлумачення. Що стосується національних стандартів, то частина з них використовується або перебуває в стадії впровадження.

Фінансова реструктуризація як інструмент фінансового менеджменту аграрних підприємств має широкий спектр застосування – від санаційного до інноваційного. Практичний досвід її здійснення дозволяє досягти, за рахунок більш ефективного використання наявних ресурсів та резервів, 50-60%-го збільшення економічної ефективності виробництва [7, с. 142]. Питання розвитку особливого напряму фінансової реструктуризації – корпоративної,

спрямованої на укрупнення, набувають особливої актуальності в період світової фінансової кризи, оскільки криза є вдалим моментом для концентрації всіх ресурсів.

Місце реструктуризації аграрних підприємств у системі фінансового менеджменту їх розвитку визначається фінансовими домінантами реструктуризації, якими в загальному вигляді є: удосконалення внутрішньогосподарських фінансових відносин та децентралізація фінансової відповідальності; переорієнтація систем мотивації й оцінки ефективності діяльності на вартісні оціночні показники; створення стратегічних передумов для залучення капіталу на зовнішніх ринках; підвищення рівня концентрації капіталу агробізнесових структур; забезпечення формування прибутків агроформувань [8, с. 47].

Література:

1. Ігнатенко М.М. Стратегії та механізми управління розвитком соціальної відповідальності суб'єктів господарювання аграрної сфери економіки: [монографія] / М.М. Ігнатенко. – Херсон: Айлант, 2015. – 470 с.
2. Дерев'янко К.І. Оцінювання впливу зовнішнього середовища на прийняття рішення щодо реструктуризації підприємств / К.І. Дерев'янко // Держава та регіони. Серія: Економіка та підприємництво. – 2010. – № 2. – С. 71-74.
3. Терещенко О.О. Фінансові домінанти реструктуризації підприємств / О.О. Терещенко // Фінанси України. – 2009. – № 4. – С. 82-89.
4. Недільська Л.В. Стан та шляхи удосконалення фінансового менеджменту сільськогосподарських підприємств / Л.В. Недільська // Вісн. ЖНАЕУ. – 2012. − № 1. – С. 303-310.
5. Дорохова Л.М. Стратегічні напрями удосконалення управління фінансовими ресурсами аграрних підприємств / Л.М. Дорохова, Н.О. Куровська. – Продуктивність агропромислового виробництва. – К: НДІ «Украгропром-продуктивність», 2014. – № 25. – С. 8-13.
6. Сарапіна О.А. Проблеми та перспективи використання фінансової реструктуризації в управлінні харчових підприємств: [монографія] / О.А. Сарапіна. – Херсон: Айлант, 2011. – 364 с.
7. Дем'янюк І.В. Лізинг як інструмент оновлення основних засобів сільськогосподарських підприємств / І.В. Дем'янюк // Наукові читання –2013. – Житомир: Вид-во ЖНАЕУ, 2013. – т. 2. – С. 141-144.
8. Мармуль Л.О. Ринок праці та зайнятість населення сільських територій: теорія і практика регулювання: [монографія] / Л.О. Мармуль, І.А. Романюк. – Херсон: Айлант, 2015. – 266 с.

Harapko E. V.,
Postgraduate, Department of Management and Innovation economic processes
Hoblyk V. V.
doctor of economics, professor, first vice-rector
Mukachevo State University (Mukachevo, Ukraine)

TYPOLOGIZATION OF THE TOWNS OF TRANSCARPAHIAN REGION

Гарапко Евеліна Василівна
аспірант, кафедри менеджменту та управління економічними процесами
Гоблик Володимир Васильович
доктор економічних наук, професор, перший проректор,
Мукачівський державний університет

ТИПОЛОГІЗАЦІЯ МАЛИХ МІСТ ЗАКАРПАТСЬКОЇ ОБЛАСТІ

The typology of three main subsystems of small cities of the Transcarpathian region - economic, social and ecological - is carried out in the article, criterial features of the typology for each subsystem are propose.

Key words: *small cities, typology, subsystems, management.*

В статті здійснена типологізація трьох основних підсистем малих міст Закарпатської області – економічної, соціальної та екологічної, запропоновано критеріальні ознаки типології для кожної підсистеми.

Ключові слова: *малі міста, типологізація, підсистеми, управління.*

Типологія малих міст як науковий інструментарій виявлення їх особливостей та відмінностей за певними класифікаційними ознаками з метою ефективного управління їх соціально-економічним розвитком є предметом міждисциплінарних наукових досліджень, детермінована їх складною соціотехнічною та етнокультурною системою, компонентоформуючими елементами якої є економічна, соціальна, екологічна підсистеми.

Ключову роль у формуванні дослідницької парадигми малих міст відіграли напрацювання представників географічної школи, які використали філософську категорію простору для характеристики відносин між географічними об’єктами, розташованими на одній території [1].

За допомогою географічного образного мислення, використовуючи такі дослідницькі методи як моделювання, типологія, прийоми формалізації, абстрагування, ідеалізація тощо, можна виявити ті чи інші типи територій, побудувати їх функціонально управлінські моделі не за географічним принципом, а за їх певними рисами [1].

Поділяючи в цілому думку вище цитованого автора підкреслимо, що важливість зробленого ним висновку полягає у тому, що він формує методологічне підґрунтя дослідження окремих територій як цілісних господарських одиниць, які відрізняються одні від одних за кількісними та якісними показниками [2, с. 17], що характерно для малих міських поселень, що унеможливлює уніфікацію підходів до управління їх соціально-економічним розвитком. Це підтверджується досвідом багатьох Європейських країн, де рівень місцевого муніципального управління кардинально відрізняється як

інституціональною структурою, розміром, обсягами повноважень, так і кількістю рівнів управління [3, с. 8].

Процеси, пов'язані з формуванням об'єднаних територіальних громад як найбільш ефективної форми самоорганізації населення,центрами яких є малі міські поселення, дали певний імпульс для наукових досліджень, зв'язаний з моделюванням їх економічного розвитку із застосуванням кластерного аналізу, що за своїм економічним змістом є спробою їх типологізації, оскільки метою наукового аналізу є виявлення домінантних ознак та відмінностей, специфіки їх функціонування.[4-7]. Позитивним прикладом цього є колективна монографія вчених Закарпатського регіонального центру соціально-економічних та гуманітарних досліджень НАН України «Перспективи економічного розвитку територіальних громад Закарпаття в умовах децентралізації влади», в якій здійснено аналіз результатів кластерування місцевих рад, ядром яких є міські поселення регіону, переважна більшість з яких відноситься до малих. Наведене переконливо доводить необхідність здійснення типологізації малих міст як наукового підґрунтя для диференційованого управління їх розвитком та суспільно-просторовими процесами в їх межах. При цьому зауважимо, що сам процес типологізації за своєю сутнісною природою є складним, що вимагає при його здійсненні застосування багатовимірного аналізу, що включає економічну, соціальну та екологічну підсистеми з подальшою конкретизацією властивих ознак та критеріїв, по яких вона здійснюється (рис. 1.). Запропонована на рисунку 1. типологізація не може здійснюватися за одним лекалом, тобто характеризуватися ідентичністю методичних підходів її здійснення. Це пояснюється глибокою диференціацією соціально-економічного рівня розвитку малих міст, наявним природно-ресурсним потенціалом, рівнем розвитку виробничої і соціальної інфраструктури, станом житлово-комунального господарства, якістю людського потенціалу, рівнем економічної активності працездатного населення, його схильністю до підприємницької діяльності, екологічною ситуацією на місцях. Для Закарпатської області при здійсненні типології малих міст з їх приміськими зонами та прилеглими до них територіальними суспільними поселенськими системами обов'язковими кратеріальними ознаками є історичний контекст їх розвитку, врахування вертикальної зональності розміщення малих міст в низинній, передгірській та гірській природно-економічних зонах, етнічного складу економічно активного населення, наближеністю до кордону.

Ефективне управління розвитком малих міст передбачає раціональне використання їх власного природно-ресурсного та людського потенціалу, створення привабливого інвестиційного середовища, за діяння культурного та інформаційного потенціалу. Звідси об'єктивно виникає проблема, зв'язана із необхідністю враховувати специфіку розвитку кожного міського поселення, секторальну структуру економіки, етнічний склад населення, фінансові можливості тощо. Це стає можливим на основі здійснення типологізації малих міст, яка є науковим опертям управління їх розвитком, оскільки вона дозволяє виявити особливості і відмінності малих міст, а відповідно забезпечити адресне управління їх розвитком.

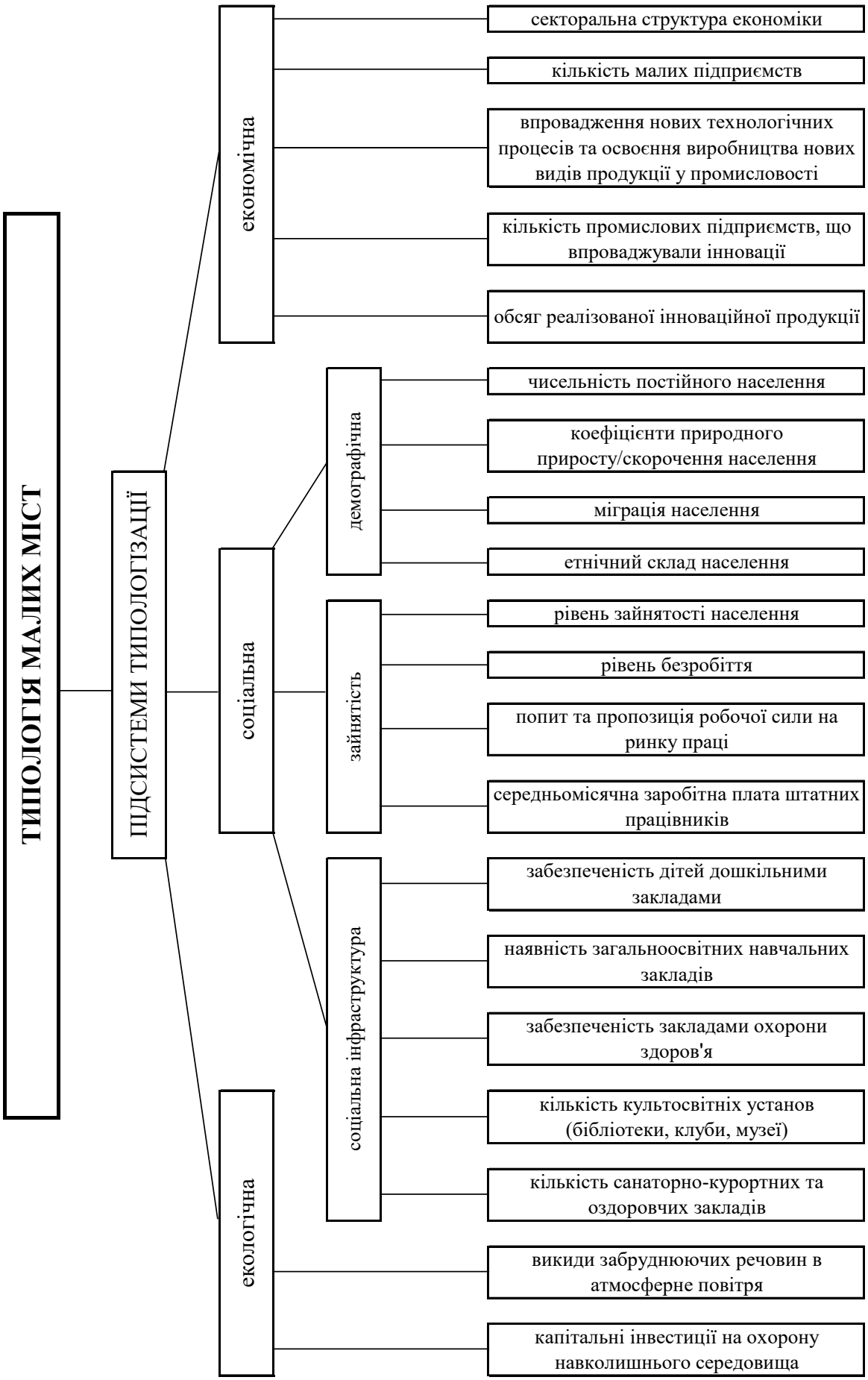


Рис. 1. Типологізація малих міст за ключовими параметрами їх розвитку

Література:

1. Павлов О. І. Сільські території як об'єкт наукового дослідження / О. І. Павлов. // Державне будівництво. – 2007. - № 1(1). – Режим доступу: http://nbuv.gov.ua/UJRN/DeBu_2007_1(1)_6.
2. Пітюлич М.М. Гірські території Українських Карпат: сучасний стан та перспективи розвитку: монографія / М.М. Пітюлич. – Львів: ДУ «Інститут регіональних досліджень імені М.І.Долішнього НАН України», - Ужгород: Гражда, 2015. – 320 с.
3. Симоненко В.К. Реформи: адміністративно-територіальна, адміністративна і децентралізації – триєдині / В.К.Симоненко // Регіональна економіка. – 2017. – №2(84). – С. 5-9.
4. Життєздатний економічний розвиток регіону: колективна монографія / В.П. Мікловда, В.В. Гоблик, С.В. Сембер, С.С. Слава [та ін.]. – Ужгород, 2009. – 432с.
5. Досвід формування та реалізація стратегії розвитку Закарпатської області до 2015 року із залученням громади: колективна монографія / С.Слава, В. Гоблик, М. Попадинець, О. Лукша, О. Станкевич, Л. Грицак. – К., 2010, – 144 с.
6. Карпатський регіон: актуальні проблеми та перспективи розвитку: колективна монографія / Н.А. Мікула, Є.Е. Матвєєв, В.В. Гоблик, І.Р. Тимечко та ін.; відп. ред. Н.А. Мікула – Львів: Інститут регіональних досліджень НАН України. (Серія «Проблеми регіонального розвитку»: у 8 томах, т.8), 2013. – 372 с.
7. Регулювання трудоміграційних процесів в транскордонному регіоні: колективна монографія/ За заг. ред. д.е.н., проф. Пітюлича М. І./ М.І.Пітюлич, В.В.Гоблик, Т.Д.Щербан [та ін.]. – Мукачево: Вид-во МДУ, 2015 р. – 148 с.

Korytko T. Ye.
Candidate of Science in Economics, *s.r.f.*
Institute of Industrial Economics of NAS Ukraine

FORMING OF STRATEGY OF STEADY DEVELOPMENT OF REGION

Корытько Т.Ю.
к.э.н., доцент
Институт экономики промышленности НАН Украины

ФОРМУВАННЯ СТРАТЕГІЇ СТІЙКОГО РОЗВИТКУ РЕГІОНУ

The article presents the approach of choice of strategy of steady development of region, which enables optimum between's by existent possibilities and desired results of functioning of region is presented.

Keywords: *region, strategy, steady development, strategic plan, the system of indexes is balanced.*

У статті представлено підхід вибору стратегії стійкого розвитку регіону, яка дає можливість оптимального співвідношення між існуючими можливостями і бажаними результатами функціонування регіону.

Ключові слова: *регіон, стратегія, стійкий розвиток, стратегічний план, збалансована система показників.*

Постановка проблеми. На сучасному етапі розвитку все більше регіонів вносять зміни в свою діяльність, оскільки чинники зовнішнього середовища, слідуючи законам системного підходу, не дозволяють залишатися на місці. У даному зв'язку перед управлінцями виникає ряд завдань, які пов'язано з формулюванням, деталізацією і реалізацією стратегії досягнення стійкого розвитку. Пошук і застосування відповідного інструментарію є необхідною

умовою для нормального функціонування регіону як соціально-економічної системи.

Аналіз останніх досліджень та публікацій. Значний вклад у дослідження проблеми управління стійким соціально-економічним розвитком регіону внесли такі вчені, як О. Амоша, А. [1], В. Геєць [2], З. Герасимчук, О. [3] О. Новікова, Е. Лібанова [4] та ін. Незважаючи на кількісне зростання публікацій у дослідженій галузі, окремі питання не отримали достатньої уваги, особливо це стосується вибору стратегії стійкого розвитку регіону.

Мета статті дослідження полягає у розробці технології вибору стратегії стійкого розвитку регіону.

Виклад основного матеріалу. Існування та розвиток регіону в сучасних умовах зумовлюють необхідність використання основних положень стратегічного планування і формулювання чіткої стратегії досягнення стійкого розвитку. Тому важливо зрозуміти сутність поняття «стратегія».

В економічній літературі існує досить велика кількість визначень стратегії, різних за своєю суттю і таких, що відображають філософські, процесуальні, поведінкові, результативні, структурні та інші аспекти даної категорії. Таким чином, організаційно-економічну сутність стратегії стійкого розвитку регіону, доцільно розглядати в трьох площинах цього поняття.

По-перше, «власне стратегія» розуміється як документально представлений вираз про бажаний майбутній стан економіки і соціальної сфери територіальної громади і про систему заходів і ресурсів, що використовуються властями для наближення цього майбутнього [5;6].

По-друге, «стратегічний план розвитку», що трактував як конкретний довгостроковий план досягнення певної мети, а формування стратегії – це процес пошуку певної мети й складання довгострокового плану. Такий підхід ґрунтується на тому, що всі зміни середовища передбачувані, мають детермінований характер та піддаються контролю й управлінню [7].

По-третє, «стратегія як процес», що розуміється як система документів по стратегічному управлінню в сукупності з організаційними структурами і процедурами, задаючи певні, постійно відтворювані схеми розробки стратегії і що забезпечують реалізацію стратегічних цілей і завдань [8].

Системне представлення цілей, показників і критеріїв дозволить отримати збалансовану систему показників, що характеризує процес реалізації функціональних стратегій.

Технологія вибору стратегії стійкого розвитку регіону (рис 1).

1 етап. Визначення місії. Місія – це стійке підвищення рівня та якості життя населення, яке забезпечується розвитком економічного потенціалу і соціальної сфери, зростанням залучення населення у рішення проблем регіональних органів.

2 етап. Визначення і розробка складових збалансованої системи показників, стратегічних цілей та встановлення між ними причинно-наслідкові зв'язки, які графічно представлені у вигляді стратегічної карти.

Деталізація показників збалансованої системи по кожному функціональному напряму призведе до гнучкості та збільшення ефективності

формування стратегії стійкого розвитку регіону.

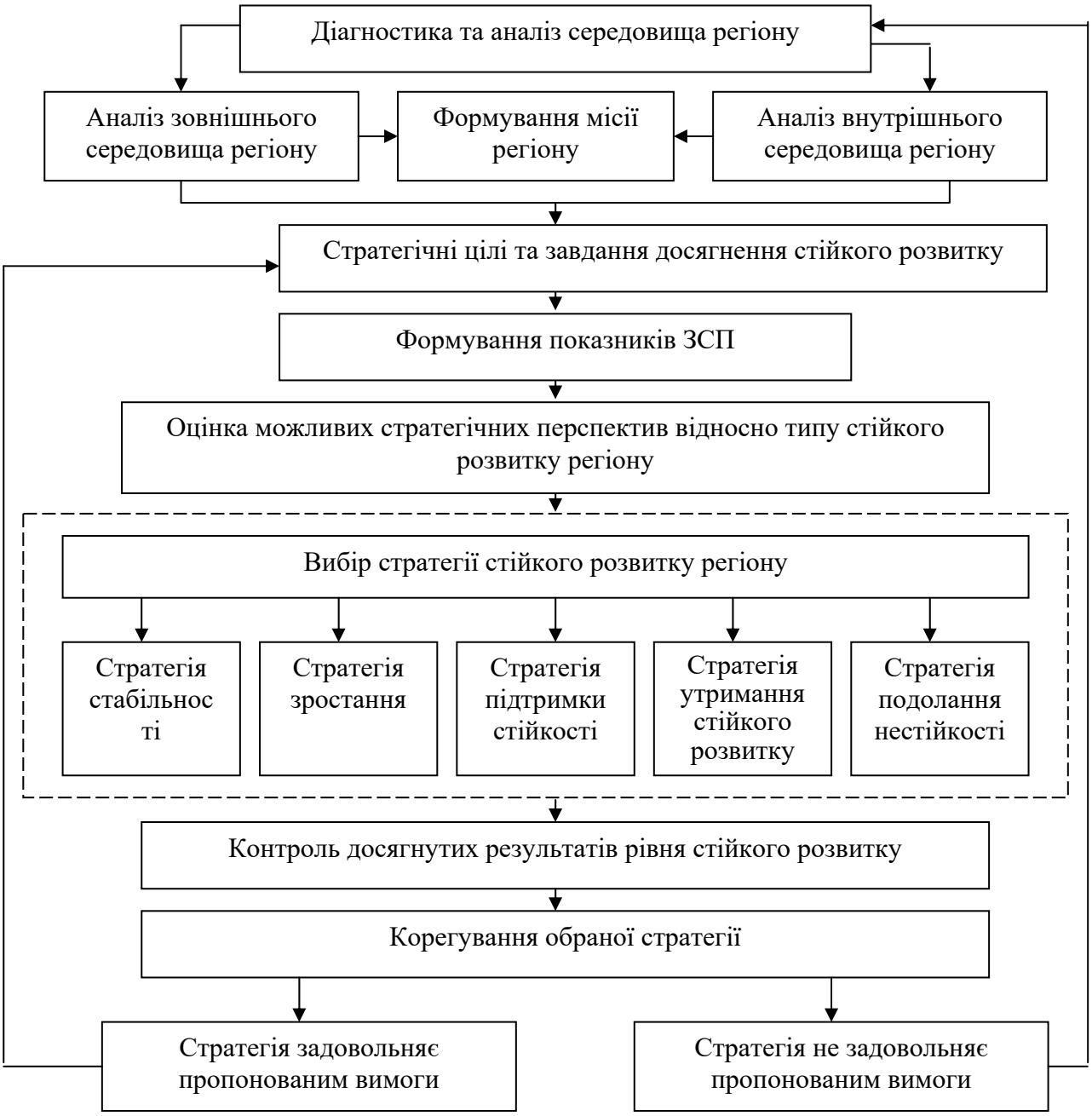


Рис. 1. Узагальнена схема технології вибору стратегії стійкого розвитку регіону

Також, збалансована система показників (ЗСП) враховує результативність специфічних аспектів діяльності регіону по сукупності взаємозв'язаних показників, згрупованих по чотирьом сферам: демографічна, фінансова, економічна, кадрова.

3 етап. Виділення та класифікація чинників, що впливають на формування ЗСП. Етап включає аналіз зовнішнього та внутрішнього середовища стійкого розвитку регіону.

З погляду практичної важливості, аналіз чинників зовнішнього і внутрішнього середовища регіон винен бути проведений з позицій розподілу середовища на зовнішнє і внутрішнє по відношенню не до регіону в цілому, а

до органів регіональної влади, які є відповідальними за фактичні кроки по реалізації вибраного напряму розвитку, тобто його стратегії.

4 етап. Розробка цільових показників, за допомогою яких вимірюється рівень досягнення кожної мети по складовим збалансованої системи показників оцінки для формування та реалізації програми розвитку регіону. Бажано для кожної мети складових збалансованої системи показників оцінки результативності розробити такий набір цільових показників, до складу якого входили б індикатори, що характеризують ступінь досягнення цієї мети.

Критерії оцінки ступеня досягнення величин запланованих показників, дозволяють судити про ступінь успішності реалізації стратегії розвитку регіону. Величина неспівпадіння планових та фактичних результатів реалізації стратегії стійкого розвитку регіону дає можливість визначити не тільки напрями її коректування, але і зростання потреби в ресурсах.

Використання ЗСП для формування та реалізації програми стійкого розвитку регіону дозволить встановити стратегічні цілі розвитку соціально-економічної системи, сформувати цільові показники для оцінки результатів, визначити пріоритетні програмні заходів для досягнення стратегічних цілей.

Таким чином, використання моделі ЗСП регіону дозволяє:

- представити загальну картину розвитку регіону і з'єднати стратегічні цілі з тактичними завданнями і показниками діяльності;
- оцінити вплив напрямів, здійснюваних на рівні регіонуі взаємопов'язаних між собою програмних заходів на досягнення стратегічних цілей по кожній виділеній складовій: «Демографічна», «Економічна», «Фінансова» і «Кадрова»;
- визначити причинно-наслідкові зв'язки між показниками і стратегічними цілями і зрештою оцінити ефективність впливу заходів на стратегічні цілі.

Отже, вибір стратегії стійкого розвитку регіону в рамках ЗСП та побудова на її основні стратегічних карт з використанням процесного підходу сприятиме ефективному їх стійкому розвитку.

5 етап. Вибір стратегії стійкого розвитку регіону. Вибір стратегії стійкого розвитку регіону засновано на побудові матриці стратегій. Одним з показників вибору стратегії стійкого розвитку регіону є тип фінансової стійкості визначений на основі інтегрального показника фінансової стійкості: абсолютно фінансово стійкий, фінансово стійкий; відносно стійкий; фінансово нестійкий, кризовий. Другою складовою матриці вибору забезпечення стійкого розвитку регіону пропонується індекс ризику втрати фінансової стійкості регіону.

Висновки. Класифікація типів стратегії стійкого розвитку регіону дозволяє здійснити пошук такого варіанту стратегії, яка дає можливість оптимального співвідношення між існуючими можливостями і бажаними результатами функціонування регіону. Вибір того або іншого варіанту стратегії забезпечення стійкого розвитку вимагає розподілу аналізованих територіальних по зонах кількісною оцінки їх фінансової стійкості з урахуванням чинника ризику, що дозволяє органам регіональної влади вибрати оптимальну стратегію.

Литература:

1. Новікова О.Ф., Амоша О.І. Сталий розвиток промислового регіону: соціальні аспекти: монографія / О.Ф. Новікова, О.І. Амоша та інш.; НАН України, ін- т економ. пром-сті.- Донецьк, 2012.- 534 с.
2. Геєць В. М. Нестабільність та економічне зростання / В. М. Геєць. – Київ : Ін-т екон. прогнозув., 2000. – 344 с.
3. Герасимчук В. Г. Управлінський вектор економічної складової ста- лого розвитку: Україна та світ / В. Г. Герасимчук // Економіст. – 2007. – № 9. – С. 7-9.
4. Соціально-економічний потенціал сталого розвитку України та її регіонів: національна доповідь / за ред. акад. НАН України Е. М. Лібанової, акад. НААН України М.А. Хвесика. – К.: ДУ ІЕПСР НАН України, 2014. – 776 с.
5. Уфимцева Е. В. Сбалансированная система показателей оценки результативности бюджетного планирования на уровне муниципальных образований: автореферат диссертации на соискание ученой степени кандидата экономических наук: спец. 08.00.10 / Е. В. Уфимцева – Томск, 20011 –23 с.
6. Височина А. В. Управління фінансовим потенціалом регіону в контексті реалізації бюджетної політики України : дис... канд. екон. наук: 08.00.08 / А.В. Височина; Українська академія банківської справи. – Суми, 2015. – 194 с.
7. Томпсон А. А. Стратегический менеджмент: концепции и ситуации для анализа. / А. А. Томпсон – М. : «Вильямс», 2007. – 328 с.
8. Калашникова Т. М. Науково-методичне формування стратегії розвитку регіону: дис. екон. наук / Інституті економіко-правових досліджень НАН України. – Донецьк, 2008. – 178 с.
9. Коритько Т. Ю. Стратегічне планування соціально-економічного розвитку регіону / Т. Ю. Коритько // Стратегія і механізми регулювання промислового розвитку: зб. наук. праць. – Київ. - 2012. – С. 152-160.

Liudmyla Sokolenko
PhD (Economics), Associate Professor,
Sumy National Agrarian University, Ukraine

METHODICAL APPROACH TO THE AGREEMENT OF THE ECOLOGICAL-ECONOMICAL INDEXES OF SAFETY AS THE BASIS OF ADMINISTRATION OF THE SYSTEM OF REGIONAL NATURAL MANAGEMENT

Abstract. *In this article analysis of methodological approaches to the estimation of the level of ecological and financial safety of regions is done. The necessity of integrated rate development, which takes into account interrelation of financial and ecological components and which foresees the consideration of influence of natural and artificial risks on their size is proved. The set of indexes in terms of components of financial-ecological safety is offered, the scale of regions' ranging, depending on the value of the integrated rate is worked out. Practical approval of the suggested approach to the estimation of the level of financial-ecological safety in view of regions of Ukraine is conducted, and correspondent conclusions are made. It is proved, that administration of the ecologically-oriented development of region, based on the estimation of the level of financial-ecological safety will allow improving the quality of strategic administration by means of development of the most suitable for the financial possibilities and ecological situation in region development strategy and will promote the optimal distribution of the budget funds, depending on the level of developed index.*

Key words: *level of financial-ecological safety, regional natural management, financial safety, ecological safety, agreement of indexes of regional development.*

Introduction. Modern state of functioning of Ukrainian economy requires the search of new mechanisms of interaction of the society with the environment and administration of the ecologically safe development of the state. Analysis of trends of ecological and economical development witnesses about the presence of substantial disproportions in the ecological development of definite regions and inequality of their financial provision. The basic macroeconomic indexes that characterize the level of ecological development of country in general and its position among other countries should be given. According to the index of economical effectiveness [1], Ukraine, in the last 5 years improved its state only for one point and occupies the 95th place among 179. According to the index of economical freedom [2], which takes into account such ecological characteristics as: air pollution, CO_2 emission, greenhouse gases emission, quality of water, biodiversity and living environment, climate change, Ukraine occupies the 162th place. According to the index of global competiveness [14] it occupies the 79th place among the 140 possible in the 2015, though in 2010 it was the 89th place.

In general, the conducted analysis witnesses about the presence of preconditions for the rise of threatens to ecological safety of the country and regions and creates the preconditions for the definition of the key directions of ecological safety administration in the macro-, meso-, and micro levels by means of introduction of effective and rational natural management and its guarantee in the short- and especially long-term periods.

Analysis of the recent researches and publications. Valuable impact into formation of the theoretical and methodological basis of the research of the problems of interaction of the environment and the society was made by the scientists: V. A. Anuchin [4], I. Y. Blekhtsin [5], T. P. Galushkina [6], N. G. Ignatenko [10], Y. M. Kurazhkovskiy [11], V.A. Vineev [5], V.P. Narezhniy [13], S. Preobrazhenskiy [7], V.P. Rudenko [10], V. M. Stepanov [8] and others.

Taking into account the valuable contribution of the scientists as to the estimation of the ecological safety and its' definite components, there remains unsolved question of methodological supplying of the estimation of the level of financial-ecological safety as the integral economical index, which characterizes financial-ecological relations that appear among the subjects of the system of regional nature management as to the formation of the conditions for the resource-conserving usage and renewing of natural resources.

Aim of the article is the development of scientific-methodological approach to the estimation of the level of the financial-ecological safety of the region by means of coordination of ecological and economical indexes of its development.

Main results of the research. Definition of the quantitative indexes of financial-ecological safety of the region, based on the coordination of its financial and ecological components will permit to analyze the level of safety in dynamics, to define and in the long view take into account factors, causing the decrease of its level, and based on the formalization of the methodical approach define the directions of the further region administration.

For the present time there exist a great number of approaches to distinguish components of ecological safety. M. F. Averkina [3] to the components of ecological safety refers natural-ecological (level of erosion and tilling of arable lands; contents of organic matter; the proportion of the lands, polluted with radiation; the rate of increase of forest reproduction on the lands of common usage; the proportion of the water, lost during the transportation; water intensity of gross value added (GVA); anthropogenic-ecological (values of emissions of the poisonous substances into the atmosphere by the immovable and movable objects; proportion of water, used for the industrial needs; proportion of contaminated waters in the general water drainage; creation of the wastes of the I-III class of danger) and social-ecological safety (speed of increase of incomes and average salary of the population; level of the official unemployment; employment of the population; quantity of beds in the hospitals per 10 thousand of people; population growth per 1000 residents; rate of crimes; availability of residential stock per 1 person in average).

On the contrary to the studied upper approach V. H. Potapenko and D. S. Biryukoviy [16] offer to analyze ecological safety according to 4 groups:

1) waste regulation (volume of created, disposed, recycled and removed waste to the special places and objects);

2) usage and protection of the water resources (volume of consumed water, polluted, cleaned and allocated natural water objects);

3) usage and protection of the forests, animal resources and conservation areas (volume of logging, wood restoration, quantity and areas of wildlife reserves, national natural parks, etc);

4) emissions of sulfur dioxide and nitrogen oxide into the atmosphere.

Accessing positively scientific works of authors as to the definition of the main indexes of estimation of the ecological safety of the region, to our mind, the most productive is the combination of the approaches from the point of view of research of these indexes both as the objects of influence (kinds of natural resources) and as the ways of its influence (anthropogenic, natural), by means of distinguishing the natural-ecological and anthropogenic-ecological danger with further detalisation within each of them key indexes according to the kinds of natural resources [17].

To the indexes of natural-ecological safety we can refer:

- level of erosion of the arable lands;
- forest reproduction on the lands of common usage;
- rate of increase of forest reproduction on the lands of common usage;
- water intensity of gross value added (GVA).

Anthropogenic-ecological safety is the characteristic of the risk level, based on the performing the manufacturing activities by the economic entities (excessive emissions and leakage of contaminators into the environment; excessive usage of natural resources while the manufacturing process).

The indexes of estimation of the level of anthropogenic-ecological safety of the region are:

- volume of the emissions of contaminators into the atmosphere by immovable and movable sources;

- volume of created and neutralized wastes of the I–III classes of danger;
- ratio of the volume of leakage of contaminated waters and capacities of purification plants.

Of the same importance among the components of financial-ecological safety of the region, which defines the level of protection of the entities of regional natural management and their ability for independent financing of ecologically oriented campaigns, is the financial component.

For the present day there exist a great number of scientific-methodological approaches to the estimation of the level of financial safety. On the ground of the conducted research of the existing analytical basis of the definition of quantitative indexes of the estimation of financial safety [8, 9, 18] we found out the key indicators, that will be taken into account while the development of methodological approach to the estimation of the financial-ecological safety of the region in terms of its components are budget, taxation, investment.

Indexes that characterize the level of budget safety of the region are:

- rates of increase (decrease) of the gross regional product (GRP);
- rate of the external state debt to GRP;
- rate of the internal state debt to GRP;
- ratio of the rates of the transfers to GRP;
- expenditures for the realization of the ecologically-oriented campaigns, % to GRP.

Level of protection of the interests of the entities of the system of regional nature management, economical firmness and independence of the functioning system of taxation and ability to coordinate the interests of economic entities with the interests of state power bodies is reflected in the indexes of taxation safety, to which belong:

- ratio of the tax amount to the GRP, %;
- level of the governmental grants for the region;
- coefficient of the tax burden.

Realization of the ecologically-oriented campaigns on the regional level demands substantial capital expenditures. Some of the entities of the system of regional nature management that finance the campaigns are investors. The amount of money investment, as a rule, depends on the level of attractiveness and financial stability of the region. Indexes that reflect investment climate in the region are indicators of investment safety, main of which are:

- amount of the direct foreign investments per one person;
- ratio of the amounts of the investments to the basic stock to the GDP;
- ratio of the amounts of the investments to the value of fixed assets;
- ratio of net increase to the direct foreign investments to the GDP;
- proportion of direct foreign investments in the general amount of investments;
- level of wear of fixed assets.

To provide the comparability of the indexes of ecological and financial safety there appears the necessity of the implementation of the procedure of the indexes of

norm setting. According to the methodological recommendations as to the estimation of the level of economical safety [12] norm setting of indicators is done with the help of line function. All indexes are distributed into incentive and disincentive. Reduction of the indexes to the unique comparable form will be done by means of their comparison with maximum/ minimum values, depending on that, what is more desirable for us – growth of reduction of the *i* – index:

$$P_i = \frac{I_i}{I_{\max}}, P_i = \frac{I_{\min}}{I_i}, \quad (1)$$

where I_{max} and I_{min} – correspondently are the largest and the lowest values of the *i*-index among all for different periods of time.

Integral index of financial-ecological safety of the region in terms of ecological component (I_E) is offered to be calculated according to the equation:

$$I_E = \sqrt[5]{I_R \times I_A \times I_{WR} \times I_{WastR} \times I_W}, \quad (2)$$

where I_R − integral index of ecological component, characterizing the state of land resources;

I_A − integral index of ecological component, characterizing the state of air;

I_{WR} − integral index of ecological component, characterizing the state of wood resources;

I_{WastR} − integral index of ecological component of handling with wastes;

I_W − integral index of ecological component, characterizing the state of water resources.

Integral index of financial-ecological safety of the region in terms of financial component (I_F) is offered to be calculated according to the equation:

$$I_F = \sqrt[3]{I_B \times I_T \times I_I}, \quad (3)$$

where I_B − integral index of financial component in terms of budget policy of the region;

I_T − integral index of financial component in terms of indexes of taxation policy of the region;

I_I − integral index of financial component in terms of indexes of investment policy of the region.

Formalization of the level of financial-ecological safety of the region is offered to be calculated according to the equation:

$$L_{FESR} = 1 - (\beta + \alpha \cdot \sigma \cdot (I_F - I_E)), \quad (4)$$

where β − natural risks (caused by the convulsions of nature);

α − artificial risks (influence of the human);

σ − correlation coefficient of financial and ecological markers of safety.

Depending on the obtained value of the level of financial-ecological safety of the region it is offered to organize the regions according to the levels:

a) depressed regions – are the ones for which the low level of FESR is characteristic ($0 < L_{FESR} \leq 0{,}33$);

b) satisfactory safe regions– are the ones that have satisfactory level of FESR ($0{,}34 < L_{FESR} \leq 0{,}66$);

в) acceptably safe regions are characterized by the high level of FESR (0,67 < $L_{FESR} \leq 1$).

On the ground of the given approach estimation of the financial-ecological safety according to the regions of the country in terms of main entities of regional nature management system will be conducted.

In general, the majority of the regions have low level of investment safety (0,3 – 0,4), consequently, they are quite susceptible in terms of their ability to attract new investments to the regions under inner and outer dangers. Analysis of the level of the taxation safety allowed making conclusion about the sufficient stability of the taxation incomes in the region. The proportion of the taxation incomes in the structure of GRP in the last 5 years was in average 2%.

The budget safety of the regions of Ukraine is characterized by the low rates of the values of the mentioned index, and in average its rate is 0,4. Annual increase of the amount of external and internal state debt of Ukraine, considerable level of greater concentration of power and dependence the LPA on the transfers caused low values of this index and so, consequently, great dependence of the bodies of the state and local powers on the internal and external environment.

In general the level of financial safety of the regions (fig.1) has average value. Except for the Dnipropetrovsk, Kyiv, Odesa, Kharkiv regions, which have the value higher than 0,5. The lowest values have Kherson and Zaporizhzhya regions.

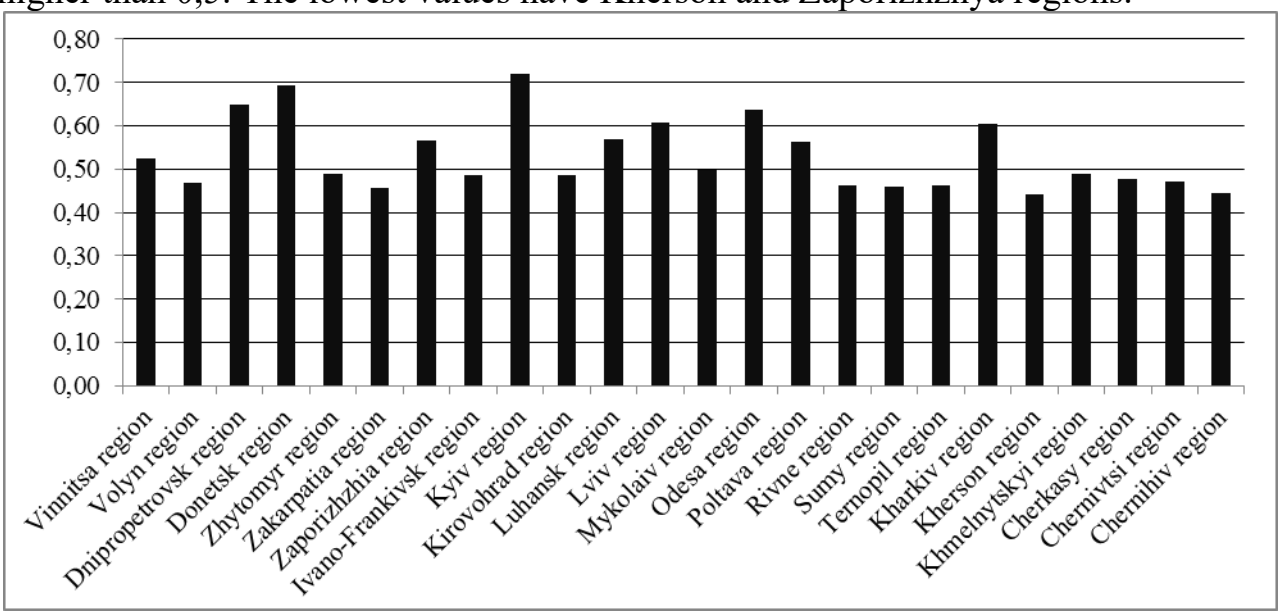


Figure 1. Level of financial safety of the regions of Ukraine in 2015

(Sourse: 15)

Ecological component of financial-ecological safety of the region reflects the influence of the economic activity for the environment, effectiveness of the processes of the usage of the natural resources and the level of innovation development of the country. According to the stated approach to the estimation of the level of the ecological safety of regions evaluation of its level in terms of regions of Ukraine is to be done (fig. 2).

According to the obtained results, the majority of the regions of the country have low level of ecological safety. Except for the Volyn', Zhytomyr, Sumy, Ternopil, Kherson regions, which the level of safety higher than 0,2. Thus, the given

values of the variable of the ecological safety characterize in general complicated ecological situation in the majority of the regions of the country and the necessity in realization of the campaigns as to the improvement of ecological situation.

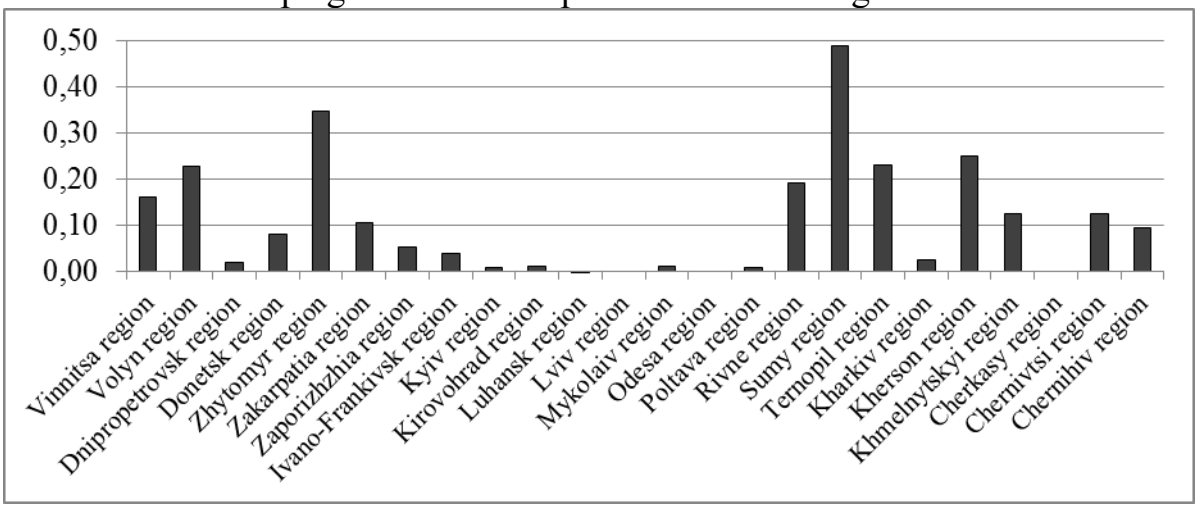


Figure 2. Level of ecological safety of the regions of Ukraine in 2015

(Sourse: 15)

Results of the calculation of the integral index of financial-ecological safety are presented in the table 3.

Table 3

Calculation values of the level of financial-economic safety in terms of regions of Ukraine

Region	FESR			Region	FESR		
	2013	2014	2015		2013	2014	2015
Vinnitsa region	0,65	0,64	0,59	Mykolaiv region	0,42	0,43	0,36
Volyn region	0,48	0,46	0,33	Odesa region	0,28	0,26	0,42
Dnipropetrovsk region	0,48	0,47	0,29	Poltava region	0,53	0,56	0,48
Donetsk region	0,64	0,67	0,69	Rivne region	0,51	0,53	0,37
Zhytomyr region	0,55	0,57	0,34	Sumy region	0,58	0,61	0,56
Zakarpatia region	0,44	0,44	0,37	Ternopil region	0,39	0,43	0,31
Zaporizhzhia region	0,48	0,46	0,38	Kharkiv region	0,43	0,43	0,58
Ivano-Frankivsk region	0,53	0,55	0,43	Kherson region	0,56	0,57	0,43
Kyiv region	0,46	0,44	0,37	Khmelnytskyi region	0,33	0,4	0,13
Kirovohrad region	0,51	0,52	0,4	Cherkasy region	0,6	0,62	0,18
Luhansk region	0,52	0,54	0,48	Chernivtsi region	0,55	0,57	0,22
Lviv region	0,51	0,51	0,52	Chernihiv region	0,57	0,6	0,5

(Sourse: 15)

The highest level of financial-ecological safety has Vinnitsa, Kharkiv and Sumy regions. Almost half of the regions of Ukraine can be characterized as moderate safe (level of financial-ecological safety is 0,33-0,66) and less than half of the regions are depressed in relation to the value of financial-ecological safety (from 0 till 0,33).

Conclusions. To sum up is should be stated that suggested in the work scientific-methodological approach to estimation of the level of financial-ecological safety of the region allows: 1) take into account interconnection of the financial and ecological markers of safety; 2) estimate the size of natural and artificial risks and

define their influence on the indexes of financial and ecological components; 3) perform organization of the regions according to the level of integral index for the further development and implementation of the definite strategy of ecologically safe regional development; 4) improve the efficiency of the process of financial support of the region and thus remove the misbalance in financial and ecological development.

References:

1. Environmental Performance Index. - Access mode: http://epi.yale.edu/.
2. Index Economic Freedom. - Access mode: http://www.heritage.org/index/visualize.
3. Averkina M.F. Methodological principles for assessing the level of economic and ecological safety of the region / M.F. Averkina // Scientific notes of the National University "Ostroh Academy".The series "Economics".- 2010.- No. 14.- P. 414-420.
4. Anuchin VA Fundamentals of nature management. Theoretical aspect / VA Anuchin. - M.: Thought, 1978. - 293 p.
5. Blekhtsin I. Ya. Productive forces and the environment (problems and experience of research) / I. Ya. Blekhcin, VA Mineev. - M.: Thought, 1981. - 214 p.
6. Galushkina TP Environmental policy and mechanisms for its implementation at the regional level / TP Galushkina, VI Krutyakova; National Academy of Sciences of Ukraine,Institute for Market Problems and Economic and Environmental Studies.-O., 1999. - 112 p.
7. Gerasimov I.P. Fundamentals of Constructive Geography / IP Gerasimov, VS Preobrazhensky, Yu. A. Isakov; Ed. IP Gerasimov, VS Preobrazhensky. - M.: Enlightenment, 1986. - 287 p.
8. Goryacheva K. S. Estimation of the level of financial security of the enterprise [Electronic resource] / K. S. Goryachev. - Access mode: http://dspace.uabs.edu.ua/jspui/bitstream/123456789/3159/1/Gorjacheva.pdf.
9. Zhikhor OB B. Economic security: a manual / O. B. Zhikhor, T. M. Kutsenko - Kharkiv: KhIBS UBS NBU, 2013. - 144 p.
10. Ignatenko NG Natural-resource potential of the territory: geographical analysis and synthesis: monograph / N.G. Ignatenko, V.P. Rudenko. - Lviv: Vishcha shk., 1986. - 162 p.
11. Kurazhkovsky Yu.N. Essays on the use of nature: monograph / Yu. N. Kurazhkovsky. - M.: Thought, 1969. - 268 p.
12. Order of the Ministry of Economic Development and Trade of Ukraine "On Approval of Methodological Recommendations for Calculating the Level of Economic Security of Ukraine" No. 1277 dated October 29, 2013. [Electronic resource]. - Access mode: http://cct.com.ua/2013/29.10.2013_1277.htm
13. Narezhny VP Use of natural resources and nature protection / VP Narezhny // Regional monitoring of nature management: inter-university. Sat. sci. tr. - Saransk: Mordov. Univ., 1986. - 84 p.
14. Official website of the World Economic Forum [Electronic resource]. - Access mode: http://www.weforum.org/.
15. Official site of the State Statistics Service of Ukraine [Electronic resource]. - Mode of access: http://www.ukrstat.gov.ua
16. Potapenko V.G. Strategic Priorities for Ukraine's Safe Development on the Basis of the Green Economy: Monograph / VG Potapenko; [for sciences. Ed. Dr. econ Sciences, prof. E. V. Khlobistova]. - K.: NISS, 2012. - 360 p.
17. Sokolenko L.F. Algorithm for assessing the financial and environmental safety of the region / L.F. Sokolenko, L.I. Mikhailova // Bulletin of the Chernihiv State Technological University. Series of Economic Sciences. - 2015. - No. 2. - P. 229-234.
18. Shemaeva L.G. Methodology for assessing the level of financial security in the public finance sector of Ukraine / L. G. Shemaev, V. P. Onofriychuk // Problems of science. - 2012. - No. 3. - P. 38-43.

5. MONEY, FINANCE AND CREDIT

Alieva S.D.
Undergraduate 3-th year
Crimean Federal University V.I. Vernadsky
Institute of Economics and Management, Russia

TYPES OF MOTOR INSURANCE BY PHYSICAL AND LEGAL ENTITIES

Алиева Сусанна Джеббаровна
магистрант 3 курса
Институт экономики и управления
«Крымский федеральный университет имени В.И. Вернадского», Россия

ВИДЫ СТРАХОВАНИЯ АВТОТРАНСПОРТА ФИЗИЧЕСКИМИ И ЮРИДИЧЕСКИМИ ЛИЦАМИ

The article deals with types of motor transport insurance by individuals and legal entities, defines the duties and rights of the insurer and the policyholder in the insurance of motor vehicles, reveals the mechanisms for calculating insurance premiums, as well as insurance payments as a result of an accident.

Keywords: *types of motor transport insurance, OSAGO, CASCO, motor transport insurance contract.*

В статье рассмотрены виды страхования автотранспорта физическими и юридическими лицами, определены обязанности и права страховщика и страхователя при страховании автотранспорта, выявлены механизмы расчёта страховых премий, а также страховых выплат в результате ДТП.

Ключевые слова: *виды страхования автотранспорта, ОСАГО, КАСКО, договор страхования автотранспорта.*

Современные реалии демонстрируют недостаточность существующего теоретического обеспечения развития рынка автотранспортного страхования в России. Свидетельством этого является неполное рассмотрение вопросов особенностей структурной организации развития автострахования, несовершенство методического обеспечения по оценке уровня риска при страховании автотранспорта физическими и юридическими лицами, что приводит к негативным тенденциям развития в условиях неопределенности. Важность указанной проблематики, ее актуальность и значимость обусловили выбор темы исследования.

Средство транспорта может быть застраховано за счет средств организаций и предприятий и личных средств граждан. На страхование принимаются следующие средства транспорта:

– автомобили легковые;
– грузовые автомобили;
– микроавтобусы;
– автобусы, в том числе с прицепами (полуприцепами);
– тракторы, включая мотоблоки и мини-тракторы.

Не принимаются на страхование автомобили (как иномарки, так и отечественные),не прошедшие регистрацию в установленном порядке(т.е. не состоящие на учебе ГИБДД) [1, с. 99].

В России в настоящее время различают два вида автострахования:

1. ОСАГО – это обязательное страхование автогражданской ответственности, название которого говорит само за себя.

«Обязательное» – значит то, что по Закону РФ «Об обязательном страховании гражданской ответственности владельцев транспортных средств», каждый водитель, участвующий в дорожном движении, обязан иметь при себе страховой полис ОСАГО. Отсутствие страхового полиса считается нарушением закона и влечет за собой административное наказание.

«Страхование ответственности» означает, что оформляя договор ОСАГО, страхователь защищает не собственный автомобиль, а имущество и здоровье людей, пострадавших в аварии, виновником которой он оказался. Страхование ОСАГО избавляет виновника дорожно-транспортного происшествия от крупных денежных расходов, связанных с компенсацией ущерба пострадавшим, одновременно гарантируя последним полное или частичное возмещение ущерба.

2. КАСКО же в свою очередь является полисом добровольного страхования, который предусматривает выплаты собственнику автомобиля в случае хищения, угона или повреждения транспортного средства. Данный вид страхования не является обязательным, хотя в ряде случаев, например, при оформлении покупки автомобиля в автосалоне.

Так же может быть заключен договор авто-комби, когда одновременно с транспортным средством страхуется водитель, пассажир, багаж и дополнительные оборудования, установленные на транспортном средстве и не входящие в его комплект согласно инструкции завода изготовителя [2, с. 56]. Страхования транспортных средств и дополнительного оборудования проводится:

– на случай похищения (краж, угона) - по стоимости транспортного средства;

– на случай уничтожения - по стоимости с учетом износа за вычетом остатков, пригодных для использования;

– на случай повреждения - по стоимости ремонта с учетом процента износа, затрат на спасение транспорта, его транспортировки.

Страхователю предоставляется право заключить договор страхования транспортного средства от одного или нескольких страховых событий, а так же по полному пакету рисков. Страхования от риска «похищение (угон)» производится только в полном пакете рисков на срок не более 12 месяцев. Страхователем из числа граждан может быть физическое лицо, являющееся собственником транспортного средства, а так же лицом, использующим средство транспорта по договору имущественного найма.

При заключении договора страхования автомобиля, взятого в аренду, страхователь должен предъявлять нотариально оформленный договор аренды, если автомобиль застрахован в других страховых организациях, то страхователь обязан письменно уведомить об этом страховщика при заключении договора.

Транспортное средство может быть застраховано на любую страховую

сумму в пределах его страховой стоимости. Дополнительное оборудование страхуется, как правило, только от тех рисков что и само транспортное средство. Тарифные ставки устанавливаются в зависимости от выбора страхователем страхового риска или пакета страховых рисков и срока эксплуатации автомобиля. Что касается платежей, то они могут быть внесены наличными деньгами одновременно с оформлением страхового свидетельства либо путем безналичного расчета (через бухгалтерию) по месту работы страхователя.

Страховщик выплачивает возмещение в оговоренный договором срок после получения всех необходимых документов:

– в случае дорожно-транспортного происшествия - справки ГИБДД;

– при пожаре-заключения и копии Госпожарнадзора;

– в случаях хищения отдельных частей автомобиля - справки ГИБДД;

– в случае хищения автомобиля - справки и копии постановления о приостановлении уголовного дела из следственных органов.

Договором устанавливается определенный процент выплат от страховой суммы в случае травматических повреждений, полученных при ДТП, инвалидности или смерти застрахованного. Общая сумма не может превышать соответствующей страховой суммы, обусловленной договором.

Страховое возмещение не выплачивается, если страхователь совершил умышленные действия, направленные на наступление страхового случая, управлял транспортом в состоянии алкогольного или наркотического опьянения, не имел документов на право управления транспортом, не предъявил страховщику поврежденное средство транспорта или сообщил заведомо ложные сведения о страховом событии. В случае договора страхования с собственным участием страхователя в возмещении ущерба(франшизой) на определенную сумму и уплатой платежа по тарифу ущерб в размере франшизы не возмещается. Все разногласия, возникающие по договору страхования, а так же между сторонами и лицами, виновными в наступлении страхового случая, рассматриваются в установленном порядке судебными органами. Страховое возмещение выплачивается самому страхователю, его наследникам или выгодоприобретателю.

Обязательное страхование в России (Закон об ОСАГО) начал действовать сравнительно недавно – с 1 июля 2003 года.

Правила страхования ОСАГО и тарифы регулируются Правительством и Центробанком РФ.

Как и в большинстве западных стран, в российском ОСАГО существуют такие понятия, как «Европротокол» и «Прямое возмещение». «Европротокол» дает возможность страхователю при мелком ДТП получать страховые выплаты в СК, минуя обращение в органы ГИБДД. «Прямое урегулирование» – это обязанность обращаться за возмещением ущерба непосредственно в свою страховую компанию (а не в компанию виновника) в случае, если в результате аварии повреждено не более двух транспортных средств и не пострадали люди. При этом оба участника ДТП должны быть застрахованы по ОСАГО. Долгое

время большим недостатком отечественного «прямого возмещения» являлось то, что оно было альтернативно (в отличие от европейского безальтернативного). То есть пострадавшая сторона могла выбирать, куда обратиться за выплатой: к своему родному страховщику или в СК виновника. Но эта свобода выбора зачастую оборачивалась против автовладельца, потому что страховые компании имели возможность «футболить» заявителя друг к другу. Поправки в Закон об ОСАГО, действующие с 2 августа 2014 года, призваны изменить подобное положение вещей.

При страховании ОСАГО действует система скидок за безаварийность, именуемая «бонус-малус», которая предусматривает 5%-ю скидку за каждый безаварийный год. И наоборот, взнос увеличивается в зависимости от наличия и количества выплат в предыдущем страховом году.

Коэффициенты, применяемые при расчете страхового взноса по ОСАГО, устанавливаются Банком России. Они одинаковы для всех страховых компаний, однако, с 11 октября 2014 года автостраховщикам было разрешено самостоятельно определять размер базовых ставок, правда, в строго оговоренных законом пределах. Несмотря на это, калькулятор ОСАГО един для всех компаний и позволяет автовладельцу получить информацию о максимальной и минимальной цене полиса.

В соответствии с Законом об ОСАГО, при расчете стоимости полиса используются базовые тарифы, которые последовательно умножаются на ряд коэффициентов:

Кт – территориальный коэффициент, определяемый по месту регистрации собственника (для физических лиц) или месту регистрации предприятия (для юридических лиц). Для крупных городов Кт существенно больше, чем для небольших населенных пунктов.

Квс – коэффициент, зависящий от возраста и стажа вписываемых водителей. Водители с возрастом старше 22 лет и стажем более трех лет имеют Квс равный 1,0. Для остальных водителей Квс намного выше.

Км – коэффициент, зависящий от мощности (для легковых автомобилей). Чем больше мощность двигателя, тем выше Км.

Кс – коэффициент, зависящий от периода использования.

Кбм – коэффициент бонус-малус.

Эффективность ОСАГО для водителей и страховщиков в значительной степени зависит от применяемой системы тарифов. Правильная тарификация крайне важна, ведь страхование ОСАГО является обязательным и полностью исключает выборочность рисков в отличие от добровольного КАСКО.

В начале октября 2014 года были впервые изменены действующие базовые тарифы по ОСАГО, а 12 апреля 2015 года Центробанк повторно поднял размер базовых ставок. При этом был значительно расширен тарифный коридор. Кроме того, 1 апреля 2015 года был изменен коэффициент территории для отдельных областей и населенных пунктов.

Стоит отметить, что повышение тарифов в первую очередь обусловлено увеличением страховых сумм. В настоящий момент максимальная выплата за причинение вреда имуществу составляет 400 000 рублей на каждый

поврежденный автомобиль, а максимально возможное возмещение за причинение вреда жизни и здоровью каждого потерпевшего составляет 500 000 рублей. Наряду с увеличением лимитов ответственности страховщиков на рост тарифов повлияли: высокий уровень инфляции, растущая стоимость медицинских услуг, рост цен на запчасти, увеличение их количества.

Последние и наиболее радикальные изменения были внесены в Закон об ОСАГО в 2014 году. Среди них можно выделить следующие новшества:

– Уменьшение срока рассмотрения заявления о выплате до 20 календарных дней (кроме праздников и выходных).

– Возможность получения возмещения не только деньгами, но и посредством ремонта на СТО.

– Необходимость процедуры досудебного разрешения спорных ситуаций по ОСАГО.

– Увеличение размеров максимальной выплаты и отмена общего лимита выплаты.

– Увеличение лимита выплат по «Европротоколу».

– Снижение до 50% показателя максимально допустимого износа машины.

Страхование ОСАГО физических и юридических лиц несколько отличается. При страховании ОСАГО физических лиц необходимо знать, что страховая премия будет складываться из таких критериев как:

1. Возраст и стаж водителя. Ограничения по максимальному возрасту не существует. Однако чем больше возраст и стаж, тем ниже коэффициент и следовательно ниже стоимость полиса ОСАГО.

2. Региональный коэффициент. Важен адрес регистрации автомобиля. На каждый регион России установлен свой коэффициент ОСАГО.

3. Мощность автомобиля. Чем мощнее мотор в машине, тем она опаснее, и тем больше за нее должен платить водитель.

4. Число лиц, допущенных к управлению (если количество водителей не ограничено, то берется повышающий коэффициент).

5. Бонус-малус. Это коэффициент, показывающий безаварийную езду. Государство поощряет всех аккуратных водителей и заставляет платить больше тех, кто чаще попадает в аварии. Если вы ни разу за время действия страховки не попали в ДТП и по вашему полису ОСАГО не производилось выплат, то вам полагается премия, равная 5% за каждый год безаварийной езды. Но максимальная скидка не может превышать 50% за 10 лет управления машиной.

ОСАГО для юридических лиц обладает рядом отличительных особенностей, которые важно знать.

У многих крупных организаций бывают достаточно большие автопарки. Они могут составлять несколько сотен машин. ОСАГО для юридических лиц оформляется на каждый автомобиль организации отдельно. То есть, если у организации есть 50 автомобилей, то составляется 50 договоров ОСАГО для юридических лиц. При этом на каждый автомобиль выписывается отдельный полис, цена на который определяется в соответствии с индивидуальными

особенностями авто.

Минимальный срок страхования ОСАГО для юридических лиц составляет 6 месяцев, что больше, чем при приобретении ОСАГО для физических лиц (3 месяца).

Полис ОСАГО для юридических лиц всегда оформляется на неограниченное количество водителей. То есть, по факту, им могут управлять все сотрудники данной организации. И из этого условия выходит важное последствие: возраст и стаж водителей при расчете ОСАГО для юридических лиц не учитывается.

Чтобы приобрести ОСАГО для юридических лиц на автомобиль с прицепом, нужно оформлять отдельный полис еще и на прицеп, в то время как при страховании ОСАГО для физических лиц отдельный полис на прицеп оформлять не нужно.

При расчете ОСАГО для юридических лиц территориальный коэффициент на машину определяется по месту регистрации автомобиля. Это довольно удобно для компаний, у которых есть автопарки в разных городах.

Отличается от стандартного страхования автогражданской ответственности и начисление коэффициента бонус-малус. В страховании ОСАГО для юридических лиц КБМ начисляется не на каждого конкретного водителя, а на каждую машину. Например, если у организации есть 2 машины: КАМАЗ и ГАЗель, и после первого года эксплуатации водитель ГАЗели стал виновником ДТП, а КАМАЗ проездил весь год без аварий. В этом случае неважно, кто был за рулем ГАЗели в момент аварии, но на следующий год к этой машине будет применен повышающий КБМ. А вот для КАМАЗа ОСАГО для юридических лиц на следующий год обойдется на 5% дешевле.

Литература:

1. Архипов, А. П. Страхование: учебник / А. П. Архипов. – М. : КНОРУС, 2012
2. Страховое дело: Учебное пособие / Л.Г. Скамай; Министерство Образования и науки РФ. ГУУ - 3-е изд., 2014

Aliaiev Serhii
Ph.D. student
Odessa National Economic University

THE EXPERIENCE OF RUSSIAN SCIENTISTS IN RESEARCH OF EXTERNAL DEBT PROBLEMATIC ISSUES

Аляєв С.В.
аспірант
Одеського національного економічного університету

ДОСВІД РОСІЙСЬКИХ ВЧЕНИХ З ДОСЛІДЖЕННЯ ПРОБЛЕМНИХ ПИТАНЬ ЗОВНІШНЬОГО ДЕРЖАВНОГО БОРГУ

The article are considered external state debt obligations researched by Russian scientists

Key words: *external debt, external obligations, research, scientist.*

У статті розглянуто дослідження зовнішніх державних боргових зобов'язань, проведені російськими вченими.

Ключові слова: *зовнішній борг, зовнішні зобов'язання, дослідження, вчений.*

Важливим фактором добробуту в країні є врегульованість зовнішніх державних боргових зобов'язань. Останнім часом це питання набуває все більшої актуальності для української держави. З огляду на ті проблеми, які виникли через неврегулювання зовнішніх боргових зобов'язань у Аргентини, Венесуели, Греції, Замбії, Панами та інших країн, слід приділити увагу досвіду не тільки українських вчених, а й іноземних, зокрема з країн колишнього СРСР.

Метою даного дослідження є узагальнення раніше проведених наукових досліджень зовнішніх державних боргових зобов'язань проведених вченими у Російській Федерації. Адже ця держава має досвід з врегулювання як державного боргу колишнього СРСР, так і сучасний досвід зниження зовнішніх державних боргових зобов'язань майже на 200 млрд. доларів.

Для досягнення визначеної мети необхідно було проаналізувати наявні наукові дослідження з вищезазначеної проблематики в бібліотеці дисертацій Російської державної бібліотеки [1].

В Російській Федерації загальнотеоретичними питаннями зовнішніх державних зобов'язань опікувались Астреін Д.Г. "Зовнішня заборгованість Росії в умовах фінансової глобалізації" (2006), Артюхін С.Є. "Зовнішня заборгованість: її вплив на соціально-економічний розвиток Росії" (2002), Бездворних М.В. "Правове регулювання інституту державних боргових зобов'язань як джерела фінансування дефіциту регіонального бюджету: на прикладі Республіки Карелія" (2008), Бутко Ю.О. "Аналіз кредитного ризику за борговими зобов'язаннями країни-позичальника російськими банками" (2005), Грибанич В.М. "Сутність і роль зовнішніх запозичень в розвитку національної економіки" (1999), Дмитрієв В.О. "Зовнішні запозичення і економічний розвиток" (2003), Дубовський Р.О. "Управління інвестиційними проектами на основі розвитку системи зовнішніх державних запозичень" (2004), Завадський О.І. "Вплив зовнішніх боргів дореволюційної Росії на становлення відносин з країнами заходу в 1920-1924 рр." (2001), Калабін Т.Б. "Проблеми російської державної власності і зовнішніх боргів після розпаду СРСР" (2000), Козікова О.М. "Державний зовнішній борг у відтворювальному процесі" (2004), Кротова Н.І. "Інститут державного внутрішнього і зовнішнього боргу в бюджетному законодавстві Російської Федерації" (2012), Левін П.К. "Боргова політика Росії в умовах світової фінансової кризи" (2011), Лещевска Ю.О. "Проблеми ефективності інвестиційних позик Російської Федерації у Світовому Банку" (2005), Люшніна Н.О. "Інституційні основи зовнішнього боргу Росії" (2015), Мігунова О.І. "Стратегія зовнішніх запозичень і її роль у забезпеченні сталого економічного зростання Росії" (2005), Родіонов Ю.В. "Роль зовнішніх запозичень в розвитку економіки Російської Федерації" (2009), Туманов А.А. "Моделювання динаміки виплат за зовнішнім боргом: на прикладі Росії" (2006), Цвірко С.Е. "Моделювання динаміки зовнішньої заборгованості Росії" (2004), Щербаков Г.А. "Державний зовнішній борг Російської Федерації в процесі інтеграції економіки Росії у світове господарство" (2003).

Проблемами управління та врегулювання зовнішніх державних фінансових зобов'язань займалися наступні вчені: Атаєв А.М. "Антикризове регулювання зовнішньої заборгованості країн, що розвиваються: підходи та інструментарій реалізації" (2013), Білалов М.Г. "Проблеми міжнародних боргів і шляхи врегулювання зовнішньої заборгованості Росії" (2002), Борискова Ю.В. "Регулювання державних зовнішніх запозичень: світові тенденції і російська дійсність" (2004), Воронов О.К. "Світовий досвід врегулювання зовнішньої заборгованості і завдання Росії" (2003), Деменців В.В. "Управління державним зовнішнім боргом Російської Федерації" (2003), Задворнєв О.Ю. "Шляхи врегулювання зовнішньої заборгованості Росії: досвід зарубіжних країн" (2000), Іванова М.А. "Облік і контроль використання позик Міжнародного банку реконструкції і розвитку" (2000), Іванова М.А. "Облік, аналіз і контроль зовнішніх запозичень" (2008), Іванченко О.І. "Зовнішній борг Росії: проблеми і перспективи виплати" (2002), Калінкін К.Г. "Зовнішній борг держави і основні методи його врегулювання" (2002), Канкулов М.Х. "Удосконалення механізму управління державним зовнішнім боргом Російської Федерації" (2008), Корнієнко Н.Ю. "Міжнародно-правове регулювання правонаступництва державної власності і державних боргів" (2002), Косенкова К.В. "Удосконалення системи управління зовнішнім державним боргом Російської Федерації" (2011), Костіков І.В. "Порівняльний аналіз державного запозичення в розвинених країнах і Росії" (1998), Кузнєцов В.М. "Механізми підвищення ефективності управління позиками, наданими Російської Федерації міжнародними фінансовими організаціями" (2009), Кузьменко О.О. "Інституційні механізми управління зовнішнім боргом Росії" (2003), Логін І.В. "Особливості сучасних методів управління державним зовнішнім боргом" (2010), Мінаєв Г.А. "Нові підходи до врегулювання зовнішньої заборгованості" (2005), Морій О.О. "Державний зовнішній борг РФ: Історія формування, сучасний стан і перспективи управління" (2002), Набіуллін І.К. "Зовнішній борг Росії: стан, проблеми, шляхи вирішення" (2002), Пензін П.О. "Проблема зовнішньої заборгованості Росії і можливі шляхи її вирішення" (2005), Пірцхалава Х.Д. "Правове регулювання позадоговірних транскордонних зобов'язань: на прикладі Російської Федерації та Іспанії" (2013), Сітніков Р.І. "Світовий досвід управління зовнішнім боргом і його використання Росією" (2006), Сумін А.В. "Проблема зовнішньої заборгованості Росії та шляхи її врегулювання" (2002), Федоров Д.С. "Суверенні боргові зобов'язання Росії і проблеми їх врегулювання" (2003), Федякіна Л.М. "Світова зовнішня заборгованість: теорія і практика врегулювання" (1999).

Дослідження зовнішнього державного боргу окремих країн здійснювали Акхаба О.П. "Вплив зовнішньої державної заборгованості Нігерії на розвиток економіки країни, 1970-1994 рр." (1994), Андріясова Я.О. "Механізм державного регулювання зовнішнього боргу Росії" (2002), Бокарев А.А. "Проблема зовнішньої заборгованості країн, що розвиваються" (1998), Ванін А. С. "Зовнішня заборгованість Аргентини - причини, фінансово-економічні наслідки і шляхи виходу з кризи" (1990), Веліо-Мехія Лопес Марія Лукресія Консепонон "Зовнішня заборгованість Мексики та шляхи її погашення (1980-

1990 рр.)" (1992), Вертліб Ф.О. "Відповідальність держав за невиконання міжнародних економічних зобов'язань" (2009), Вишківський К.В. "Управління державним зовнішнім боргом: світовий і російський досвід" (2004), Глорія Марія Алвеш Сардинії Сатурніно Олівейра "Зовнішня заборгованість Анголи (шляхи вирішення)" (1997), Гуріра Іванхоє "Вплив програм структурної перебудови економіки на проблему зовнішньої заборгованості країн, що розвиваються: на прикладі африканських країн з високим рівнем заборгованості" (2001), Драгун Д.В. "Теоретико-методологічні основи зовнішнього запозичення Республіки Білорусь" (1995), Загудаєв І.М. "Зовнішні запозичення країн з ринками, що розвиваються, капіталу в умовах глобалізації міжнародних відносин" (2000), Кейта Хаді "Криза зовнішньої заборгованості західно-африканських країн і міжнародний валютний фонд" (1992), Кухтаров В.А. "Проблеми зовнішньої заборгованості і платоспроможності країн АСЕАН" (1990), Масіас Монтілья Луїс Фернандо "Латинська Америка: зовнішня заборгованість і залежність економічного розвитку (на прикладі країн Андської групи)" (1990), Наїм Саламі Абдель-Карім Ясжін "Міжнародне кредитування і зовнішній борг Йорданії" (1993), Ніколаєва Л.Б. "Проблеми економічного розвитку Венесуели в умовах зовнішньої заборгованості" (1998), Нісим Г.П. "Географічна структура ринку міжнародних запозичень держав світу" (2011), Островська В.Ю. "Сучасний ринок державних боргових зобов'язань у Франції" (2001), Парра Солер Марія Хосефіна "Основні проблеми зовнішньої заборгованості Венесуели (витоки, протиріччя, наслідки і альтернативні рішення)" (1994), Півень С.В. "Проблема зовнішньої заборгованості та фінансування країн, що розвиваються" (1992), Раднаседійн Даваадорж "Зовнішній борг Монголії і проблеми його врегулювання" (2004), Самі Ахмад Хасан Ейдех "Проблеми зовнішньої заборгованості Арабської республіки Єгипет в 70-ті-80-ті роки" (1990), Солдатова О.І. "Вплив зовнішньоекономічної заборгованості на ВВП країн з перехідною економікою" (2007), Черноморов С.О. "Зовнішня заборгованість країн, що розвиваються в 90-і роки і шляхи її вирішення" (1999), Яньес Фаяд Ренато Едуардо "Міжнародні стратегії управління зовнішнім боргом країн, що розвиваються" (2004).

У контексті фінансової безпеки держави цією проблемою займалися Джабборов Ф.А. "Забезпечення економічної безпеки Республіки Таджикистан в умовах зовнішнього запозичення" (2011), Нємцов О.Г. "Державний борг в системі забезпечення фінансової безпеки Росії" (2004), Зіядуллаєв У. С. "Забезпечення національної економічної безпеки при залученні коштів зовнішнього запозичення" (2016) та Дедяєв В.В. "Врегулювання зовнішньої заборгованості Росії як фактор забезпечення зовнішньоекономічної безпеки країни" (2007).

Що стосується ринків фінансових боргових зобов'язань, то тут дослідження російських вчених дорівнюють дослідженям їх українських колег. Так, в цьому напрямку дослідження виконали Дімітріаді Г.Г. "Моделювання і прогнозування обігу державних і корпоративних боргових зобов'язань" (2003), Дмитрієв В.О. "Світовий фінансовий ринок і боргова стратегія Росії" (2007) та Белик О.Ю. "Єврооблігації як інструмент запозичення на міжнародних ринках

капіталів для країн з перехідною економікою" (2002). Слід зазначити, що останнє маштабне дослідження ринків боргових зобов'язань в Російській Федерації було проведено 10 років тому назад, в той час як в Україні вони набувають більшої уваги.

Тож, виходячи з актуальності теми зовнішніх державних фінансових зобов'язань та в порівнянні з дослідженнями російських вчених вцілому, можна констатувати, що в Україні не достатньо приділяється увага дослідженню досвіду інших держав по управлінню та врегулюванню зовнішніх боргових зобов'язань.

Література:

1. Библиотека диссертаций Российской государственной библиотеки. – [Электронный ресурс]. – Режим доступа: http://diss.rsl.ru.

Butkovskaya M.N.
Undergraduate 3-th year
Crimean Federal University V.I. Vernadsky
Institute of Economics and Management, Russia

THE ROLE OF MARKETING RESEARCH IN DETERMINING THE POTENTIAL OF THE MARKET OF INSURANCE SERVICES

Бутковская М. Н.
магистрант 3 курса
Институт экономики и управления
«Крымский федеральный университет имени В.И. Вернадского», Россия

РОЛЬ МАРКЕТИНГОВЫХ ИССЛЕДОВАНИЙ В ОПРЕДЕЛЕНИИ ПОТЕНЦИАЛА РЫНКА СТРАХОВЫХ УСЛУГ

The article defines the role of marketing research in determining the potential of the insurance services market, outlines the stages of marketing research, identifies indicators for researching the potential of the insurance services market.

Key words: marketing, insurance.

В статье определена роль маркетинговых исследований в определении потенциала рынка страховых услуг, выделены этапы маркетинговых исследований, обозначены показатели для исследования потенциала рынка страховых услуг.

Ключевые слова: *маркетинг, страхование.*

Маркетинговую деятельность любого хозяйствующего субъекта можно представить в виде определенного набора функций, выполнение которых позволяет ему успешно конкурировать на рынке. В этом наборе присутствуют: маркетинговые исследования; маркетинговые коммуникации; рекламная деятельность; взаимоотношения с потребителями и др.

Маркетинговое исследование имеет всесторонний и исчерпывающий характер и охватывает широкий круг вопросов: изучение потребностей и вкусов потребителей, исследование проблем создания нового товара / услуги, поиска рынка сбыта и наиболее приемлемых методов продажи, распределения и продвижения товаров / услуг и тому подобное. Все аспекты маркетинга, начиная со стадии возникновения потребности и заканчивая удовлетворением

потребительского спроса, требуют тщательного изучения. Показательно, что маркетинговое исследование не ограничивается сферами бизнеса, ориентированными на получение прибыли. Оно используется в организации благотворительной деятельности, досуга, в области услуг культурного характера, в общественной жизни.

Анализ ситуации является в маркетинге основой для принятия решений считают немецкие ученые Е. Дихтель и Х. Хершген [2]. Такого же мнения придерживается известный бельгийский ученый Ж. Ламбен, который подчеркивает необходимость постоянного и систематического изучения потребностей рынка с целью обеспечения устойчивого конкурентного преимущества [3]. Американский маркетолог Питер Р. Диксон рассматривает исследования рынка как орудие конкурентной борьбы [4, с. 58]. Приведенные определения указанных ученых похожи в том, что все они видят маркетинговое исследование единственным достоверным источником необходимой информации о факторах маркетинговой среды, в которой функционирует любое предприятие. Поскольку среда быстро меняет значение своих параметров, то необходимо постоянно собирать новую информацию о них. Согласно трактовке взглядов вышеприведенных экономистов, все факторы маркетинговой среды должны быть в равной степени исследованными, поскольку они определяют эффективность разработанных маркетинговых решений.

Все предложенные определения имеют много общего: речь идет об упорядоченном сборе и анализе маркетинговой информации для того, чтобы помочь производителям и поставщикам лучше понять потребности своих клиентов и потребителей. Информация дает возможность диагностировать маркетинговые возможности и проблемы; разрабатывать, анализировать, оценивать и совершенствовать маркетинговые действия и тем самым контролировать результативность маркетинговой деятельности.

Маркетинговые исследования является инструментом маркетинга, предназначенным для получения маркетинговой информации посредством выполнения определенных процедур для принятия обоснованных управленческих решений по обеспечению устойчивого развития рынка.

Маркетинговые исследования - это обязательный инструмент управления в рыночных условиях, с помощью которого достигается владения достоверной информацией. Основой в маркетинговых исследованиях является системность в сборе необходимой информации и систематичность при определении вопросов, анализируемых для определения перспектив их развития.

Полнее содержание маркетинговых исследований потенциала рынка характеризуется следующими основными категориями: цели, функции, принципы, задачи, направления. Ключевую роль в осуществлении маркетингового исследования играет процесс комплексного планирования, накопления, анализа и описания данных, необходимых для специфической маркетинговой ситуации. Опыт организации и проведения маркетинговых исследований в различных странах предполагает соблюдение стандартной процедуры, в которой следует выделить следующие этапы:

- разработку общей концепции исследования, где предполагается определение потребности в проведении исследования, обосновании проблемы, очерчивании цели, формулировка рабочей гипотезы;

- подготовку плана маркетингового исследования по сбору информации, в котором указываются методы исследования, вид информации и источники ее получения, содержатся проектируемые формы для сбора данных, рассчитывается объем выборки, определяются системы аналитических показателей;

- реализацию плана маркетингового исследования, в результате которой получаем необходимый массив эмпирических данных для дальнейшего анализа;

- разработка и оценку полученных результатов, которая предусматривает интерпретацию систематизированной информации, формулирование выводов, предложений, рекомендаций, подготовка и представление заключительного отчета [1].

К особенностям маркетинговых исследований на рынке услуг принадлежит выяснения проблемы: какая именно характеристика услуги побуждает конечных потребителей выбирать конкретного поставщика услуг - скорость реализации, минимум ошибок, дополнительных услуг, удобное нахождения производителя услуги или что-то другое.

Специфическими направлениями актуальных исследований в области маркетинга услуг является: выявление существующего и потенциального спроса на отдельные услуги по предварительному анализу рынка; прогнозирования спроса на производство услуг; исследования ассортимента существующих услуг; анализ мотивированного поведения потребителя услуг и др.

Проведение маркетинговых исследований позволяет предприятию сферы услуг объективно оценить свои рыночные возможности и выбрать те направления деятельности, где достижение поставленных целей становится возможным с минимальной степенью риска и большей определенностью и впоследствии принять определенные маркетинговые решения.

Роль маркетинговых исследований заключается в том, чтобы оценить информационные потребности и обеспечить руководство предприятия, предоставляющего услуги, информацией о своих потенциальных возможностей, выбора целевого рынка, сегментации, планирования и осуществления маркетинговой программы, измерения успешности реализации маркетинговых мероприятий и контроля маркетинга.

Без рыночной информации невозможно принятие решений по совершенствованию деятельности компании или отдельных ее сторон (страховые услуги, сбытовые сети и т.д.). Исследование потребностей потребителей - основа любой маркетинговой стратегии. Как только потребности и предпочтения определены, можно приступать к разработке продукта для их удовлетворения, создавать систему продвижения продукции на рынок, систему сбыта и его стимулирование.

Проводить исследования современного рынка страховых услуг нелегко,

поскольку трудно найти точки соприкосновения-сравнения. Во-первых, рынок страховых услуг Украины находится в стадии развития и совершенствования. Во-вторых, рынки страховых услуг зарубежных стран по количественным и качественным показателям несовместимы с уровнем развития отечественного рынка страховых услуг, отличаются своей структурой и ролью, которую они играют в экономике своих стран. В-третьих, в настоящее время, из-за ограниченного количества результатов исследований в этой области и отсутствие реальной разносторонней статистической информации трудно обнаружить детальные показатели исследуемого рынка (структура видов страхования по основным сегментам потребителей в разрезе разделения на индивидуальные и групповые договоры, количество заключенных договоров страхования за видам страхования, срокам страхования и др.) и установить характерные тенденции его развития. В это же время, по некоторым показателям (страховые премии, страховые выплаты, объем уставных фондов и др.) Полученные результаты позволяют установить отклонения от нормативных или всеукраинских рыночных показателей.

Исследование рынка страховых услуг имеет целью обработку больших объемов информации, характеризующей объекты, изучаемые, поэтому это один из самых этапов исследования, который определяет его результативность. Информация - это цифры, факты, сведения и другие данные, характеризующие рыночные процессы и явления, которые обеспечивают аналитические и прогнозные потребности исследователя. Наиболее часто информацию определяют как "мероприятие устранения неопределенности относительно исхода события, интересует". В проанализированных нами источниках, встречаем следующее определение страховой информации, с которым полностью согласны. Под "страховой информации" понимается объективное воплощение знаний о материальных, трудовых и стоимостные аспекты воспроизведенных в страховании процессов, устраняют неопределенность относительно результатов этих процессов.

Основные источники поступления или получения информации для маркетинговых исследований потенциала рынка страховых услуг следующие: специалисты страховщика и страховые агенты, в том числе и те, которые непосредственно не связаны с поставленной перед службой маркетинга темой исследования; сторонние страховщики, являющиеся партнерами, в том числе иностранными; привлеченные по трудовым соглашениям компетентные сторонние специалисты; материалы целевого опроса клиентов, как фактических, так и потенциальных; результаты общения со страховыми брокерами и клиентами других страховщиков; имеется у страховщика научно-методическая литература и документы из архива; специальная литература (ВУЗ, дома) анализ рекламно-информационной продукции по аналогичным видам деятельности или страховыми продуктами и т.п.

Работа по сбору информации планируется и ведется как логическая звено алгоритма маркетингового исследования. Исполнители маркетингового исследования рынка страховых услуг обязательно должны руководствоваться такими принципами, как объективность, полнота, лаконичность и

своевременность.

Показатели маркетингового исследования потенциала рынка страховых услуг, по нашему мнению, целесообразно сгруппировать по шести признакам в зависимости от объекта исследования, затрагивающих основные направления оценки функционирования рынка и его место в системе всеукраинского рынка страховых услуг (табл. 1).

Таблица 1

Показатели для исследования потенциала рынка страховых услуг

№ з/п	Объект исследования	Показатель
1.	Параметры распространения страхования	а) доля расходов на страхование в ВВП; б) доля расходов на страхование в расходах населения; в) количество заключенных договоров страхования на душу населения
2.	Степень монополизации и характер конкуренции	а) показатели рыночной концентрации (индекс концентрации, индекс Харфинделя-Хиршмана, индекс Розенблюта, общий индекс отраслевой концентрации) б) уровень монополизации рынка; в) коэффициент рыночной концентрации; г) индекс монополизации рынка.
3.	страховой портфель	а) величина страхового портфеля; б) диверсификация страхового портфеля: - соотношение между формами страхования (добровольное и обязательное) - структура видов страховых продуктов; - степень устойчивости страхового портфеля; в) расчетные показатели страхового портфеля: - себестоимость страхового портфеля, - количество сделок, - размер взносов, - сумма выплат, - размер страховой суммы; г) показатели по степени сочетание риска и дохода (классическая, специализированная, комбинированная).
4.	Степень капитализации рынка страховых услуг	а) прибыль страховых компаний; б) совокупный размер уставного фонда; в) капиталоемкость рынка страховых услуг; г) совокупный размер страховых операций; д) результативность инвестиционных операций.
5.	Спрос на страховые услуги	а) структура потребителей страховых услуг: - физические и юридические лица; - отраслевая структура по сегментам рынка страховых услуг; б) средние показатели: - расходы на страхование на один договор; - страховые премии на одного человека; - средняя страховая сумма на один договор. в) коэффициенты эластичности. г) емкость рынка по видам страхования.
6.	Система рейтингов страховых компаний	а) размер компании; б) количество предлагаемых страховых продуктов; в) ликвидность; г) анализ финансовых потоков.

Источник: составлено автором.

Система показателей построена с учетом того, что в адекватном

исследовании и развития рынка страховых услуг заинтересованы многочисленные рыночные субъекты. Прежде всего, это - владельцы и работники страховых компаний, потенциальные и реальные страхователи, органы государственного регулирования страхования. В значительной степени в результатах исследования заинтересованные органы государственного и местного управления, инвесторы и кредиторы.

Каждая из заинтересованных у сторон, стремясь реализовать свои экономические интересы, преследует цель, которая может быть достигнута с помощью исследования состояния и развития рынка страховых услуг, а именно:

- повышение эффективности функционирования отдельной страховой компании в текущий период и на долгосрочную перспективу;
- обоснование путей развития отдельных страховых компаний с помощью реструктуризации в условиях меняющейся внешней среды: слияние, поглощение, ликвидация;
- оценка инвестиционной привлекательности страхового рынка определенного региона в целом и отдельных страховых компаний в частности;
- принятие обоснованных управленческих решений, как органами государственного управления различных уровней, так и менеджерами высшего управления страховых компаний;
- оценка емкости рынка, а также совокупного размера страховых фондов страховщиков с целью определения объема потенциальных инвестиционных ресурсов;
- решение проблемы выбора страховой компании для сотрудничества с потенциальными страхователями.

Следует отметить, что чаще всего страховые компании исследуют количественные параметры рынка, измеряют его емкость, устанавливают долю компании в общем объеме собранных страховых платежей по рынку или по отдельному виду страхования, прогнозируют спрос на страховые продукты среди потребителей. Наряду с этим также анализируют влияние факторов внешней среды на страховую компанию, определяя возможности и угрозы; внутренней среды, проявляя сильные и слабые стороны, с целью прогнозирования развития; объемы продаж страховых продуктов в разрезе каналов сбыта, оценивают конкурентоспособность отдельных видов страховых продуктов, изучают деятельность конкурентов, реакцию рынка на новый продукт, эффективность проведения рекламной и PR кампаний.

При изучении особенностей рынка страховых услуг накапливается и анализируется информация о рынке как таковой, его структуру, емкость, долю в мировом, соотношение спроса и предложения. На следующем этапе проводится детальный анализ потребителей страховых продуктов, исследуется мотивация и модели их поведения. Изучение структуры предполагает определение тенденций развития конкурентной среды рынка страховых услуг и конкурентоспособности страховой компании.

Вместе с тем следует отметить, что анализ влияющих факторов внешней среды предполагает исследование: правовой базы, социально-экономического

положения в стране и регионе, особенностей и культурных традиций, новых разработок страховых продуктов.

Результаты маркетинговых исследований являются основой для разработки прогнозов и формирования маркетинговой стратегии развития как рынка страховых услуг в целом так и страховых компаний.

Исследование рынка страховых услуг можно осуществлять различными способами. Выбор метода зависит от конкретных задач исследования. Первым этапом выбора метода исследования рынка страховых услуг является ознакомление с информационными потоками, которые могут использоваться при анализе отдельных показателей. Затем с учетом ресурсных возможностей выбирается наиболее подходящий набор методов исследований.

Наиболее перспективными, по нашему мнению, являются интегральные подходы, как результативные, а среди них - социологические методы, методы экспертных оценок, а также экономико-математические методы для прогноза основных показателей рынка страховых услуг. Важнейшим источником информации для страховщиков является опрос потребителей страховых продуктов. Следует акцентировать внимание на том, что в открытых информационных источниках количество напечатанных результатов о проведенных специализированными учреждениями маркетинговых исследований, которые касались бы проблем страхования, сводится к пяти до десяти. Крупнейшими заказчиками на рынке маркетинговых исследований сегодня производители и продавцы товаров народного потребления, а страховые компании находятся в аутсайдерах. Это явление можно объяснить как начальный этап развития страхового маркетинга в России, так и низким уровнем использования его инструментов в практической деятельности страховых компаний. Проблемой для проведения исследований рынка страховых услуг является незначительные финансовые возможности отечественных страховщиков.

Литература:

1. Голубков Е. П. Маркетинговые исследования: теория, методология и практика / Е. П. Голубков – [2-е изд.] // М. : Финпресс. – 2008. – 525 с.
2. Дихтль Е. Практический маркетинг / Е. Дихтль, Х. Хершген. – М. : Высшая школа, 1995. – 255 с.
2. Ламбен Ж. Ж. Стратегический маркетинг. Европейская перспектива / Ж. Ж. Ламбен ; [пер. с франц.] – СПб. : Наука, 1996. – 588с.
3. Питер Р. Диксон. Управление маркетингом / Питер Р. Диксон. / Пер. с англ. – М.: ЗАО «Издательство БИНОМ», 1998. – 560 с.

Evtushenko D. A.
Undergraduate 3-th year
Crimean Federal University V.I. Vernadsky
Institute of Economics and Management, Russia

MAIN ASPECTS OF FORMING THE INSURER'S FINANCIAL STRATEGY

Евтушенко Дмитрий Анатольевич
магистрант 3 курса
Институт экономики и управления
«Крымский федеральный университет имени В.И. Вернадского», Россия

ОСНОВНЫЕ АСПЕКТЫ ФОРМИРОВАНИЯ ФИНАНСОВОЙ СТРАТЕГИИ СТРАХОВЩИКА

The article defines the main aspects of the formation of the insurer's financial strategy, identifies the principles and stages of the formation of the financial strategy, and develops a methodology for strategic financial planning in the insurance company.

Keywords: *financial strategy, insurance, PEST-analysis, SWOT-analysis, portfolio analysis.*

В статье определены основные аспекты формирования финансовой стратегии страховщика, обозначены принципы и этапы формирования финансовой стратегии, разработана методология стратегического финансового планирования в страховой компании.

Ключевые слова: *финансовая стратегия, страхование, PEST-анализ, SWOT-анализ, портфельный анализ.*

Формирование финансовой стратегии играет важную роль в стратегическом финансовом управлении страховой компанией. Учитывая уникальность каждой организации не существует единого порядка формирования её финансовой стратегии, что усложняет практику управления страховщиком. Учитывая место финансовой стратегии в общей структуре стратегии компании и формирование финансовой стратегии страховой компании финансовая стратегия находится в тесной взаимосвязи с формированием общей стратегии страховщика, и имеет по отношению к ней подчиненный характер.

Подчеркивая значимость финансовой стратегии в развитии предприятия, необходимо выделить ряд принципов, которые должны быть учтены при ее разработке. Основными из них являются:

1) принцип системности, предполагающий рассмотрение компании как определенной открытой системе, способной к взаимодействию с внешней средой;

2) принцип подчиненности - учитывается место финансовой стратегии в общей структуре стратегии и приоритетность корпоративной стратегии;

3) принцип гибкости - за счет мобильности финансовых ресурсов предприятия достигается маневренность финансовой стратегии;

4) принцип альтернативности, характерный всей системе стратегического управления, требует осуществления постоянного поиска альтернативных финансовых решений;

5) принцип профессионализма, что предполагает необходимость привлечения к процессу формирования высококвалифицированных специалистов.

В процессе обзора литературных источников нами было выявлено значительной дифференциации подходов к определению этапов формирования финансовой стратегии. Одна группа ученых рассматривали анализ факторов внешней и внутренней среды, оценку стратегической финансовой позиции предприятия, его сильных и слабых сторон, как отдельные этапы формирования финансовой стратегии, другая группа [2, с. 7, 67] объединила их в этапе стратегического анализа. Тем не менее, обобщая научные исследования в данной сфере можно сказать, что основными этапами формирования финансовой стратегии страховой компании являются:

1. Определение стратегической цели страховщика
2. Стратегичный финансовый анализ страховщика
3. Определение задач и пери ода их достижения
4. Выбор вида финансовой стратегии
5. Оценка разработанной финансовой стратегии

Стратегический финансовый анализ страховой компании является ключевым этапом в разработке финансовой стратегии, и имеет большое значение, обусловленное масштабностью последствий ошибок, которые могут быть достигнуты во время его осуществления. Предметом стратегического финансового анализа страховщика является его финансовая среда, а конечной целью - определение стратегической финансовой позиции компании.

К основным методам стратегического финансового анализа можно отнести PEST-анализ, SWOT-анализ и портфельный анализ.

PEST-анализ используется для описания влияния политических (P - policy), экономических (E - economy), общественных (S - society) и технологических (T - technology) факторов внешней среды, влияющие на стратегический процесс в страховые компании (табл. 1).

Таблица 1

PEST-анализ внешней финансовой среды страховой компании

Политические факторы:	Экономические факторы:
- политическая стабильность в стране; - динамизм законодательной базы; - государственное регулирование рынка	- уровень развития страхового рынка и экономики в целом; - платежеспособность клиентов
Социальные факторы:	Технологические факторы:
- культура и традиции страхования; - квалификация персонала в страховой отрасли	- уровень распространения Интернета и использования информационных технологий

Источник: [3, с. 196]

SWOT-анализ направлен на выявление сильных (S - strengths) и слабых (W - weaknesses) сторон компании, то есть ее внутренней финансовой среды, и возможностей (O - opportunities) и угроз (T - threats) внешней финансовой

среды. На рис. 1 выделены следующие поля, сформированные под влиянием ранее упомянутых факторов.

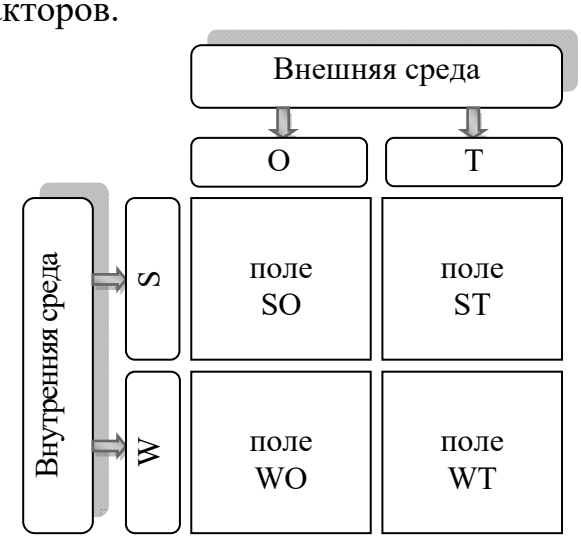


Рис. 1. Матрица SWOT-анализа

Источник: составлено автором

Поле SO, находящееся на пересечении сильных сторон страховщика и возможностей внешней среды, предусматривает дальнейшую поддержку действий компании по реализации ее потенциала в благоприятных для этого внешних условиях.

Поле ST, характеризуется сочетанием сильных сторон страховщика и угроз внешней среды, требует от руководства принятия мер по преодолению или минимизации влияния негативных внешних факторов за счет внутреннего потенциала компании.

Поле WO, расположенное на пересечении слабых сторон страховщика и возможностей внешней среды, предполагает преодоление внутренних негативных тенденций за счет внешних возможностей компании.

Наиболее опасным для страховщика является поле WT, сочетающий слабые стороны компании с угрозами внешней среды. В этом случае действия менеджмента должны быть направлены на преодоление, как внешних угроз, так и негативных тенденций внутри страховщика.

Для большинства моделей портфельного анализа, характерно определение позиции компании на основе нескольких характеристик. Существует мнение о перспективности использования для построения матрицы финансовых стратегий компании таких показателей, как результаты движения денежных средств от хозяйственной и финансовой деятельностей, или темпы роста выручки и объемов финансирования компании и средние по отрасли [1, с. 18].

Необходимо отметить важность определения финансовой позиции страховщика и дальнейшие позиционные шаги в сфере страховой и финансово-инвестиционной деятельностей (табл. 2).

В условиях жесткой конкурентной борьбы на рынке и макроэкономической нестабильности важно своевременное реагирование на изменение потребностей страхователей, колебания курсов ведущих валют мира и процентных ставок, действия других компаний.

Таблица 2

Характеристика финансовых позиций в матрице финансовых стратегий страховой компании

Поле	Характеристика	Позиционные действия в сфере:	
		Страховой деятельности	Финансово-инвестиционной деятельности
1	Убыточная страховая деятельность сочетается с эффективным использованием инвестиционного потенциала компании	агрессивный захват выгодных позиций	удержания позиции
2	Хозяйственная компании деятельность компании является безубыточной	умеренный захват выгодных позиций	умеренный захват выгодных позиций
3	Прибыльная страховая деятельность сочетается с неэффективным использованием инвестиционного потенциала компании	удержания позиции	агрессивный захват выгодных позиций
4	Безубыточная страховая деятельность сочетается с эффективным использованием инвестиционного потенциала компании	умеренный захват выгодных позиций	удержания позиции
5	Прибыльная страховая деятельность сочетается с безубыточным использованием инвестиционного потенциала компании	удержания позиции	умеренный захват выгодных позиций
6	Прибыльная страховая деятельность сочетается с эффективным использованием инвестиционного потенциала компании	удержания позиции	удержания позиции
7	Убыточная страховая деятельность сочетается с безубыточным использованием инвестиционного потенциала компании	агрессивный захват выгодных позиций	умеренный захват выгодных позиций
8	Безубыточная страховая деятельность сочетается с неэффективным использованием инвестиционного потенциала компании	умеренный захват выгодных позиций	агрессивный захват выгодных позиций
9	Убыточная страховая деятельность сочетается с неэффективным использованием инвестиционного потенциала компании	агрессивный захват выгодных позиций	агрессивный захват выгодных позиций

Источник: составлено автором

Учет динамичности движения финансовых ресурсов при определении финансовой позиции страховщика нашло отражение в другой матрице финансовых стратегий (рис. 2).

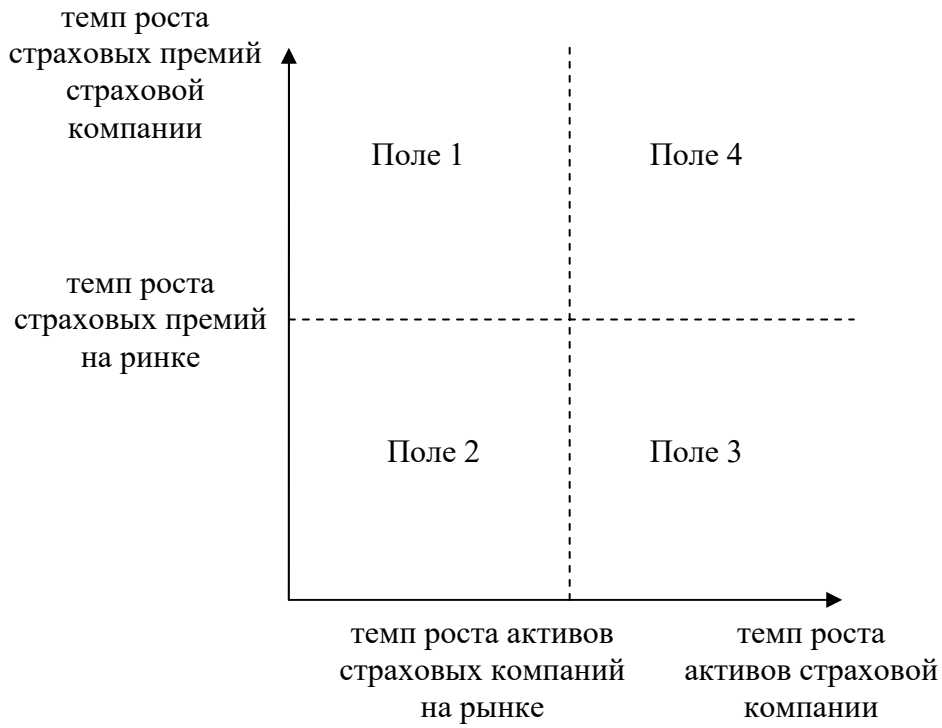


Рис. 2. Адаптированная матрица финансовых стратегий страховой компании с использованием темпов прироста активов и страховых премий

Источник: составлено автором

Позиция страховщика в матрице определяется исходя из темпов роста его активов, собранных страховых премий и сопоставление этих коэффициентов с аналогичными по страховому рынку в целом. Информацию о темп роста страховых премий и активов страховых компаний отечественного страхового рынка можно получить из отчетов государственного регулятора.

Компании, которые находятся в поле 1, реализуют агрессивную политику продаж страховых продуктов на рынке, при этом может возникнуть необходимость в увеличении активов для продолжения экспансии. Рекомендуется увеличить активы компании для обеспечения расширения деятельности и перейти в поле 4.

Для компаний поля 2 характерно потеря позиций на рынке и сокращения финансового потенциала. Действия руководства должны быть направлены на привлечение финансовых ресурсов и захвата рынка для возможного перехода в поля 1, 2 или даже 4. В противном случае существует угроза оставить страховой рынок.

Компании, которые находятся в поле 3, также теряют свои позиции на рынке, однако за счет эффективной инвестиционной деятельности или привлечения финансовых ресурсов увеличивают свой финансовый потенциал. Перспективным возможен переход в поле 4.

Наиболее успешные компании страхового рынка расположились в поле 4. Они проводят агрессивную политику продаж, что приводит к увеличению

контролируемых ими ресурсов, и положительно влияет на их стоимость по сравнению с компаниями, находящимися в других полях. Важно содержание компаний в этой зоне.

На основе определенной стратегической финансовой позиции конкретизируются задачи компании и период их достижения. В соответствии с этим руководством страховой компании может быть предложен план деятельности страховщика на определенный срок, который должен содержать ряд ключевых показателей и их запланированное значение, в том числе объем страховых премий, размер комиссионного вознаграждения страховым посредникам, объем сформированных страховых резервов, уровень страховых выплат, финансовый результат от страховой и финансово-инвестиционной деятельности, размер расходов на ведение страхового дела и чистый денежный поток компании. Поставленные задачи детализируются в бюджетах структурных подразделений компании, а ответственность за их выполнение возлагается на руководителя такого подразделения.

Важным является формирование альтернативных финансовых стратегий, которые предполагают достижение определенной цели, но разными способами (табл. 3).

Таблица 3

Портфель альтернативных стратегий бизнеса страховой компании

Стратегии	Цель
стратегия дифференциации	
Альтернативные стратегии: - стратегия качества; - стратегия торговых марок	Создание ценности финансовых услуг (например, качество обслуживания, ассортимент, комбинированное страхование) для клиентов, копирование которых почти невозможно со стороны конкурентов
Стратегия снижения издержек	
Альтернативная стратегия - стратегия оптимизации аквизиционных, инкассовых, ликвидационных и управленческих расходов	Повышение эффективности деятельности страховой компании, увеличение финансового результата от страховой деятельности
Стратегия роста	
Альтернативные стратегии: - стратегия внутреннего роста; - стратегия внешнего роста	Увеличение прибыльности деятельности и доли страховщика на рынке, с одной стороны, а также рост жизненного потенциала компании, с другой

Источник: Составлено автором

В рамках исследования финансовой стратегии страховщика важным является акцент на стратегии снижения затрат, направленной на повышение эффективности деятельности компании и ее прибыли, которая может быть достигнута с помощью стратегий оптимизации аквизиционных, инкассовых, ликвидационных и управленческих расходов. Важное значение здесь приобретает внедрение информационных технологий в деятельность страховщика.

Финансовая стратегия страховой компании может формироваться на всех уровнях управления страховщиком. Разработанная финансовая стратегия высшего уровня является исходной точкой для формирования финансовой стратегии низшего уровня, и может быть объяснено принципом интегрированности финансового планирования, как одной из форм проявления финансовой стратегии.

Отсутствие единого подхода к формированию финансовой стратегии, связана с влиянием на этот процесс многих факторов, значимость которых варьируется. Однако решающую роль в формировании финансовой стратегии играет стратегический финансовый анализ, направленный на определение стратегической финансовой позиции страховщика.

Литература:

1. Александрова М.М. Теоретичні основи фінансової стратегії страхової компанії / М.М. Александрова, А.Ю. Полчанов // Вісник Житомирського державного технологічного університету / Серія: Економічні науки. – 2010. – № 2 (52) – С. 217-220
2. Бармашева Т.В. Формирование и реализация финансовой стратегии диверсифицированой компании: автореф. дис. на соискание уч. степени канд. экон. наук: спец. 08.00.05 “Экономика и управление народным хозяйством” и 08.00.10 “Финансы, денежное обращение и кредит” [Електронний ресурс] / Бармашева Т.В. – Режим доступу: http://elibrary.finec.ru/materials_files/refer/A5583_b.pdf.
3. Белялов Т.Е. Методи та принципи стратегічного управління в страхових компаніях [Електронний ресурс] / Т.Е. Белялов, А.М. Єрмошенко // Актуальні проблеми економіки. – 2010. – № 9 (111). – С. 191-200. – Режим доступу: http://www.nbuv.gov.ua/portal/Soc_Gum/APE/2010_9/APE-2010-09/191-200.pdf.

Kolosova D. A.
Undergraduate 3-th year
Crimean Federal University V.I. Vernadsky
Institute of Economics and Management, Russia

SOME ASPECTS OF THE ORGANIZATION OF PROPERTY INSURANCE IN THE RUSSIAN FEDERATION

Колосова Дарья Александровна
магистрант 3 курса
Институт экономики и управления
«Крымский федеральный университет имени В.И. Вернадского», Россия

НЕКОТОРЫЕ АСПЕКТЫ ОРГАНИЗАЦИИ ИМУЩЕСТВЕННОГО СТРАХОВАНИЯ В РОССИЙСКОЙ ФЕДЕРАЦИИ

The article identifies some aspects of the organization of property insurance in the Russian Federation, considers the principles of property insurance, the rights and obligations of the parties under the property insurance contract.

Key words: *property insurance, property insurance contract, insurer, insurer.*

В статье определены некоторые аспекты организации имущественного страхования в Российской Федерации, рассмотрены принципы имущественного страхования, права и обязанности сторон при договоре имущественного страхования.

Ключевые слова: *имущественное страхование, договор имущественного страхования, страхователь, страховщик.*

Имущественное страхование на сегодняшний день является наиболее обширной отраслью страхового рынка, включая в себя целый комплекс видов страхования (страхование грузов, всех видов транспорта, имущества физических и юридических лиц и т.д.). Учитывая возрастающую роль имущественного страхования, как главного инструмента снижения степени риска в условиях рыночной экономики необходимо всесторонне исследовать данную тематику для усовершенствования и развития методов страхования имущества и приведение их к соответствию требованиям нашего времени.

Страхование является сферой деятельности, достаточно жестко регламентируемой государством. Деятельность всех субъектов страхового дела подлежит обязательному лицензированию. Проводится регулярный надзор за деятельностью страховщиков.

Для рассмотрения организации имущественного страхования в Российской Федерации необходимо обозначить принципы имущественного страхования и определить их сущность (Таблица 1).

Таблица 1

Принципы имущественного страхования

Принцип	Сущность
Наличия страхового интереса	Согласно ГК РФ (ст. 930), договор страхования имущества может быть заключен в пользу лица (страхователя или выгодоприобретателя), имеющего законный интерес в сохранении этого имущества. При страховании предпринимательского риска может быть застрахован риск только самого предпринимателя и только в его пользу. Если страхового интереса нет, то договор страхования признается недействительным
Высшей добросовестности	Означает наличие обязанностей страхователя и страховщика быть предельно честными друг с другом при изложении фактов, имеющих существенное значение для имущественного страхования
Возмещения ущерба	Означает, что в имущественном страховании страхователь имеет право только на компенсацию ущерба, но не на прибыль. Рисковое страхование, разновидностью которого является имущественное страхование, обеспечивает сохранение достатка страхователя на прежнем уровне и не должно способствовать улучшению его финансового состояния
Реальной оценки страховой суммы	Страховая сумма по договору имущественного страхования не может превышать действительной стоимости имущества на момент заключения договора
Непосредственной причины	Означает, что страховщик возмещает ущерб только от тех рисков, которые застрахованы в договоре, и в размере прямого ущерба. Косвенные убытки покрываются только при их включении в страховое покрытие
Контрибуции	Предусматривает право страховщика в случае двойного страхования обратиться к другим страховщикам, участвующим в страховании того же объекта, с предложением разделить между собой расходы по возмещению ущерба
Суброгации	Означает, что после выплаты страхового возмещения страхователю страховщик получает право на компенсацию своих расходов на основе предъявления регрессного иска к лицу, виновному в причинении ущерба

Источник: составлено автором на основе [6, с. 105-107]

Принцип обязательного наличия страхового интереса заключается в том, что договор страхования может быть заключен в пользу страхователя или выгодоприобретателя, если у них имеется основанный на законе или договоре интерес в сохранении определенного имущества. У граждан или юридических лиц страховой интерес может быть в отношении имущества: находящегося в их собственности, владении — на основании Конституции РФ, Гражданского кодекса РФ

Из всех перечисленных именно принципы возмещения и исключение двойного страхования в полной мере присущи только имущественному страхованию, поскольку оно основано на страховании ущерба, в отличие от страхования жизни, основанного на страховании суммы. Поэтому договор страхования имущества далеко не всегда связан со страховыми выплатами, а в страховании жизни получение страховой выплаты предопределено условиями договора.

Договор страхования - это соглашение между страхователем и страховщиком. По этому соглашению страховщик обязуется при страховом случае произвести страховую выплату страхователю, а страхователь обязуется выплачивать страховые взносы в установленные сроки [3, с.58].

Нужной предпосылкой заключения договора имущественного страхования является наличие страхового интереса у страхователя. Согласно ГК РФ, объектами страхования считаются не вещи как таковые, а имущественные интересы, которые связанны с возможностью потери или повреждения определенного имущества. Система страхового интереса строго проработана в страховом праве стран с развитой системой страхования. В имущественном страховании страховой интерес всегда ограничен стоимость страхуемого имущества. Поэтому имущественное страхование опирается на принципе возмещения ущерба в доказанном размере, который ограничен страховой суммой.

Страховой интерес следует из юридически признанного отношения страхователя к объекту страхования. Это отношение может выступать в других формах как:

– право собственности на объект страхования;

– право аренды имущества;

– ответственность за чужое имущество, взятое на временное хранение, переработку или ремонт.[6, с. 99-100]

В имущественном страховании страховой интерес всегда ограничен стоимость страхуемого имущества. Поэтому имущественное страхование опирается на принципе возмещения ущерба в доказанном размере, который ограничен страховой суммой.

Гражданский кодекс (ст. 928) запрещает страхование:

– противоправных интересов;

– ущербов от участия в играх, лотереях и пари;

– расходов, к которым лицо может быть принуждено в целях освобождения заложников.

ГК РФ имеет нормы о недействительности отдельных условий договоров

страхования. Некоторые из них признаются незначительными, так как нарушают требование обоснованности и законченности страхового интереса. Так, незначительными являются:

– условия договора, исключающее переход к страховщику права требования к лицу, умышленно причинившему убытки .

– часть страховой суммы, превышающая страховую стоимость имущества [1].

Страхователь и страховщик являются сторонами договора. В договоре страхования имущества может быть замена страхователя. Это связано с переходом имущества по наследству другому лицу или же волеизъявлением страхователя, например это может быть акт дарения или продажи. При передаче прав на имущество другому лицу к нему переходит и право на страховую защиту.

Также в договоре страхования, кроме страхователя и страховщика может принимать участие выгодоприобретатель. Страхователь может по своему желанию выбрать выгодоприобретателя в договоре страхования, но при этом он должен письменно уведомить об этом страховщика.

Выгодоприобретатель – это физическое или юридическое лицо, имеющий право на получение страховых выплат по договору страхования и который может заменить страхователя при наступлении страхового случая. Но страхователь не может заменить выгодоприобретателя после наступления одного из трех событий:

– страхового случая (ст. 5 Федерального закона «Об организации страхового дела…»);

– выполнения выгодоприобретателем какой-либо обязанности по договору страхования (ст. 956 ГК);

– предъявления выгодоприобретателем требования к страховщику о выплате (ст. 956 ГК) [1].

Заключению договора предшествует соглашение сторон, которое достигается путем переговоров. Для начала их снования является устное или письменное заявление страхователя. Использование письменного заявления удобно тем, что позволяет страховщику проверить обстоятельства дела и уже после этого принять или отменить заявление клиента.

Важнейшим вопросом страховой сделки является обязательность правил страхования для участников страховых отношений.

Содержание договора имущественного страхования составляет совокупность его условий или пунктов, выражающих волю сторон. Когда заключаешь договор страхования, стороны могут договориться об изменении или исключении других условий правил [2, с.58].

При заключении договора имущественного страхования между страхователем и страховщиком должно быть достигнуто соглашение:

- о характере события, на случай наступления которого осуществляется страхование (страхового случая);

-о размере страховой суммы;

- об определенном имуществе либо ином имущественном интересе,

являющемся объектом страхования;

- о сроке действия договора [3,с.64].

Отсутствие в договоре страхования одного из существенных условий не должно служить, по смыслу правила данной статьи, основанием для признания договора недействительным, если ни одна из сторон на это не ссылается. Но с одной стороны указанные пороки договора исправимы путем подписания аддендумов, т.е. согласованных сторонами дополнений к действующему договору страхования.

При таких обстоятельствах договор страхования не может быть исполнен в полном объеме.

По договору страхования страхователь имеет право:

– на получение суммы страховой выплаты по договору страхования;

– на изменение условий страхования в договоре в части изменения страховой суммы или объема ответственности, если иное не оговорено в правилах страхования;

– на досрочное расторжение договора страхования в порядке, оговоренном правилами страхования [7, с. 64].

При возникновении ущерба страхователь обращается к страховщику с претензией о выплате страхового возмещения. При этом страхователь обязан:

– принять необходимые меры для предотвращения и устранения причин, способствующих возникновению дополнительного ущерба;

– в течение установленного срока поставить в известность страховщика о происшествии;

– подать в письменном виде заявление установленной формы о выплате страхового возмещения;

– дать страховщику возможность проводить осмотр и обследование застрахованного объекта, а также расследование в отношении причин страхового случая и размера убытков

– предоставить страховщику всю необходимую информацию об ущербе, а также документы для установления факта страхового случая и определения ущерба [4, с.85].

Обязанности страховщика разделяются на обязанности по несению риска и по выплате страхового возмещения.

Принимая на себя обязательства по несению риска, страховщик должен:

– ясно и понятно охарактеризовать в договоре страхуемый риск и границы страхового интереса;

– указать первичные исключения из страхового покрытия и ясно определить граничные риски, входящие и не входящие в состав страхового покрытия;

– обеспечить неразглашение информации, которая стала ему известна в связи с заключением договора страхования и которая содержит в себе коммерческую тайну страхователя.

По заключенным договорам страховщик гарантирует надлежащее исполнение принятых на себя обязательств и отвечает по ним всем принадлежащим ему имуществом.

Если при получении претензии от страхователя о выплате страхового возмещения страховщик обязан:

– произвести расчет ущерба;

– произвести выплату страхового возмещения.

– обеспечить осмотр объекта страхования своим экспертом;

– составить акт о страховом случае при участии страхователя;

Осуществление страховой выплаты – самая важная обязанность страховщика, составляющая предмет договора страхования. Обычно срок выплаты установлен в договоре. Страховщик несет ответственность за несвоевременную выплату в виде неустойки, и в случаи этого размер оговаривается в договоре страхования. Если вовремя не оплатить денежное обязательство, то на не уплаченную в срок сумму начисляются проценты.

Страховщик наделен определенными правами по договору страхования. Прежде всего, он имеет право на оценку страхового риска. Это право реализуется через осмотр и экспертизу объекта страхования, и ответы будущего страхователя на вопросы формуляра заявления.

Также страховщик имеет право отказаться от исполнения договорных обязательств или же изменить условия возмещения ущерба или выплаты страховой суммы. Это может быть только в тех случаях, когда страхователь:

– сообщил неправильные, т.е. заведомо ложные или неполные, сведения об обстоятельствах, которые имеют другие значение для суждения о степени риска;

– не поставил в известность страховщика о существенных изменениях в риске;

– не поставил в известность страховщика в установленном порядке о страховом случае или чинил препятствия представителю страховой компании в определении обстоятельств, характера и размера ущерба;

– не принял меры к предотвращению ущерба или сокращению его размеров, что привело к обратным результатам.

– не представил документов, необходимых для определения размера ущерба [5,с.61].

При несении риска страховщик имеет право проверять состояние застрахованного объекта, а также соответствие сообщенных ему страхователем сведений об объекте страхования действительным обстоятельствам.

Литература:

1. Гражданский кодекс Российской Федерации (часть вторая) от 26.01.1996 № 14-ФЗ (ред. от 29.06.2015) // Собрание законодательства РФ. - 29.01.1996. - № 5. - ст. 410.
2. Гвозденко А.А. Основы страхования: Учебник/Гвозденко А.А.. – М.: Финансы и статистика, 2015. – 304 с.
3. Грищенко Н.Б. Страховое дело: Учебное пособие/Грищенко Н.Б. - Барнаул: Изд-во Алт. Ун-та, 2014. - 134 с.
4. Загирова Н.Р.Анализ страхового рынка РФ на период 2014-2016 гг. и перспективы его развития /Загирова Н.Р., Александрова Н.Г.// Фундаментальные исследования – 2016. – № 11-5. – С. 1006-1010

5. Итоги 2014 г. на страховом рынке: трудности выживания. [Электронный ресурс] – Режим доступа:http://raexpert.ru/researches/insurance/ins_2014_itog/ (дата обращения: 01.06.2017 г)
6. Итоги 2015 г. на страховом рынке: скрытое падение. [Электронный ресурс] – Режим доступа:: http://raexpert.ru/researches/insurance/itogi_2015/ (дата обращения: 01.06.2017 г г.).
7. Камынкина М.Г. Перестрахование. Практическое руководство для страховых компаний/Камынкина М.Г., Солнцева Е.Е. - М.: АО "ДИС", 2012. - 140 с.
8. Каспина, Т.И. Бухгалтерский учет в страховых организациях: Практ. пособие/Каспина, Т.И. - М.: [СОМИНТЭК], 2014.-230с.: ил.-Библиогр.: 228с.

Meish Alla,
Ph.D., in Economics, Professor,
Roman Gavrish
Student,
Khmelnytskyi National University (Ukraine, Khmelnytskyi)

CRYPTOCURRENCY IS THE MONEY OF THE FUTURE: THE BASIC PRINCIPLES OF THE INVESTMENT SYSTEM ONECOIN

Мейш А.В.
канд. екон. наук, доцен
Гавриш Р.О.
студент Хмельницький національний університет

КРИПТОВАЛЮТА ГРОШІ МАЙБУТНЬГО: ОСНОВНІ ПРИНЦИПИ ІНВЕСТИЦІЙНОЇ СИСТЕМИ ONECOIN

The article covers the work and use of electronic or virtual money. In recent years new financial terms have appeared on the financial market - crypto-currency, bitcoins, blockade. It is safe to assert that the cryptography, or, in other words, "electronic cash" - the future.
Keywords: *cryptovolume, virtual money, mining, tokens, split, blockade.*

У статті висвітлено роботу та використання електронних або віртуальних грошей. В останні роки на фінансовому ринку з'явилися нові терміни ─ криптовалюта, біткоїни, блокчейни. Можна з упевненістю стверджувати, що за криптовалютою, або, іншими словами, «електронною готівкою» ─ майбутнє.
Ключові слова: *криптовалюта, віртуальні гроші, майнінг ,токени, спліт, блокчейн.*

Криптовалюта, саме слово і його значення, поступово, але впевнено, входить в наше повсякденне життя. Фінансові аналітики кажуть, що через кілька років банківська система буде не потрібна. Залишаться тільки Центробанк і Блокчейн. Світ входить в епоху цифрових грошей!

Вагомий внесок у дослідження криптовалюти як особливого виду електронних грошей здійснили зарубіжні дослідники: Бек-мен Д., Блейк Д., Бірмен Х., Брігхем Е., Велш Г., Вуд Ф., Деланей П., Метью М. Р., Матвєєв А. А., Нідлз Б., Хендріксена Е. С., Феленштейн С. та інші. Ружа Ігнатова - болгарський підприємець, винахідник крипто валюти «OneCoin». Головний управляючий директор компанії OneCoin.

Криптовалюта Ванкоін - це цифрова віртуальна валюта, яка використовує криптографію з метою безпеки і у вигляді страховки від підробок. У Ванкоіна

немає прив'язки до валюти певної держави, золоту і т.д. тому вона дуже незалежна. Регулює її ціну тільки попит і пропозиція.
Найголовніша відмінність криптовалюти від валюти будь-якої країни в емісії (випуск монет або валюти) Вона обмежена певною кількістю, яка може бути випущена, а тому не схильна до ризику інфляції.

OneCoin - централізована валюта, випуском якої займається компанія OneCoinLtd. Обсяг випуску монет передбачений і становить 120 мільярдів монет.

Емісія здійснюється за допомогою майнінгу (видобуток) - складний процес з використанням обчислювальних комп'ютерних систем для виробництва нових монет криптовалюти. У кожній монеті закладений свій унікальний код.

Безпека будь-яких операцій з валютою OneCoin забезпечується централізованим підходом. Усі профілі користувачів розміщені в одній мережі і будь-які шахрайські дії можна відстежити. Регулярне створення резервних копій дає можливість відновити код при його втраті, чого не вистачає в інших системах.

На відміну від грошей випущених урядами, існує кінцеве число OneCoins. Це гарантує, що наша криптовалюта не може бути залучена в інфляцію і її неможливо підробити. Оскільки криптовалюта не прив'язані до конкретної країни або центральному банку, вартість монети залежить від таких факторів, як е застосовність, а також попиту і пропозиції на неї.
Клієнти OneCoin стають частиною глобальної мережі мільйонів майнерів OneCoin, які вирішують самі, як використовувати свої монети. Ви можете добувати монети і отримувати вигоду від зростання ціни на них. А також ви можете робити переклади в будь-яку точку світу.

Новий блокчейн OneCoin встановив унікальний стандарт в індустрії, зберігаючи вашу особисту інформацію KYC в своїй базі.
А кінцева емісія монет в 120 мільярдів, робить OneCoin найбільшої резервною валютою в світі.

Токени. Токени можна для себе назвати фішками. Токен - це умовна одиниця компанії, які можна купувати / продавати на біржі OneExchange (внутрішньої біржі OneCoin). Токени мають прив'язку до євро, курс постійно зростає в інтервалі від 0,1 євро до 0,2 євро. Коли ціна токенів досягає 0,2 євро - відбувається подія, «спліт», при цьому подвоюється кількість токенів в акаунтах учасників проекту. Максимальна кількість сплітів, через які може пройти аккаунт - 3 (за винятком спеціальних акцій). Після спліта вартість токена повертається до позначки 0,1 євро + 1 цент, і т.д. Усі профілі проходять спліт 1 раз, крім акаунтів учасників з пакетами TycoonTrader, Premium Trader і Festivalpackage, для яких передбачено по 2 спліта. Таким чином, ситуація вирівнюється, і всі партнери працюють на рівних правах. [1]
Коли ми купуємо один з пакетів, на наш рахунок зараховується певна кількість фішок (токенів), цими фішками ми платимо компанії за видобуток монет за поточним курсом.

Майнінг (видобуток монет). Видобуток криптовалюти дуже клопітка справа, яка потребує технічних знань і спеціальної техніки. Сама по собі

криптовалюта (будь-яка) - це складний унікальний код, який потрібно розгадати (це і є видобуток). Більша кількість інших криптовалют видобуваються самостійно. Для цього людина (майнер) вивчає масу інформації і купує програмне забезпечення та технічне обладнання. Вигідна відмінність OneCoin - компанія взяла на себе роботу з видобутку монет, як інформаційну, так і технічну. Нам залишається тільки купити пакет з токенів і розплатитися ними за видобуток монети.

Коли наші Токени пройшли всі спліти (подвоєння) ми відправляємо їх на видобуток монет за поточним курсом. Після активації облікового запису є сенс дочекатися спліта (а для власників пакетів Tycoon і вище - двох сплітів) і вже після подвоєння токенов відправити їх на майнінг. Виняток, як вказувалося вище - пакет Premium Trader, тут токени можна відправляти на майнінг, не чекаючи спліта.

Спліт. Подвоєння токенів (не монет). Кожен пакет має свою кількість сплітів. Є пакети, які проходять 1 спліт (подвоєння), є які проходять кілька. Якщо у пакета 2 і більше спліта, то вони збільшаться по геометричній прогресії. Кожен з нас знає, що в сучасній ринковій економіці попит безперервно народжує пропозицію. Той же процес відбувається і в компанії OneCoin. Чим більше партнерів приходить на ринок криптовалюта, тим більший попит на токени, за допомогою яких вона видобувається, а значить, зростають і ціни на ці маркери. Але, в ситуації, коли приходять нові учасники, виходить нерівність. Адже вони приєдналися до співпраці тоді, коли ціни на токени значно вище в порівнянні з попереднім періодом. Тому, щоб не було нерівності між «старими» і «новими» партнерами, як тільки буде досягнуто певну кількість учасників OneCoin (приблизно 8-12 тижнів), компанія робить спліт - подвоєння кількості токенів. Таким чином, ситуація вирівнюється, і всі партнери працюють на рівних правах.

Спліт проходив в середньому раз в три місяці. З новою технічною платформою цей процес прискорився мінімум в 2 рази. Обчислити точну дату спліта не можна, так як швидкість залежить від кількості нових акаунтів. На сайті є барометр, на якому відображається шкала до спліта.

Кількість сплітів для окремого пакета.

- Starter 100 € - 1 спліт
- Trader 500 € - 1 спліт
- ProTrader тисячі € - 1 спліт
- ExecutiveTrader 3000 € - 1 спліт
- TycoonTrader 5000 € - 2 спліта
- Premium Trader 12500 € - 2 спліта

Festival 18800 € - 2 спліта [2]

Технічні можливості (блокчейна) [1]

● Всього планується добути 120 млрд. Монет OneCoin. На даний момент це найбільший показник з усіх існуючих криптовалют.

● Кожну хвилину видобувається 50 000 монет, 3 млн монет на годину, 72 млн на добу

● Транзакції проходять за одну хвилину. Така швидкість перекладу робить монету. OneCoin привабливою для оплати товарів і послуг. У порівнянні - з іншими популярними криптовалютами швидкість транзакції становить близько 10 хвилин.

● У блокчейні прописуються не тільки всі транзакції, але і верифікація партнерів, що робить монету безпечною і легальною.

● Ціна монети OneCoin буде зростати, передбачувана вартість до кінця 2017 року - 25 євро.

● Перехід на відкриту біржу планується на 2-й квартал 2018 року

Монети OneCoin. Після того як ми придбали один або кілька пакетів з токенами (фішками), токени пройшли всі свої спліти (подвоєння), ми ці токени відправляємо на видобуток монет (курс фіксується той, що діє в день відправки токенов на видобуток монет). Через якийсь час нам надходять на рахунок монети. Час потрібне для видобутку раніше було близько 4-місяців, з новим блокчейном монети будуть приходити в 2-3 рази швидше. Монету можна продавати на біржі, розплачуватися в магазинах (буде трохи пізніше), залишити до більш вигідного курсу. За прогнозами за 2-3 роки монета буде коштувати 50-75 євро.

Одноразово на аккаунт оплачується 30 євро за реєстрацію. Дані про інвестиційні пакети наведено в таблиці 1.

Таблиця 1

Вхідні пакети на аккаунт [4]

Пакет	Ціна	Кількість токенів	Кількість сплітів	Карта OnePay (Master Card)
Starter	110 євро	1 000 токенів	1 спліт	Ні
Trader	550 євро	5 000 токенів	1 спліт	Так
ProTrader	1100 євро	10 000 токенів	1 спліт	Так
Executive Trader	3300 євро	30 000 токенів	1 спліт	Так
TycoonTrader	5500 євро	60 000 токенів	2 спліта	Так
TycoonTraderPlus	7500 євро	81 818 токенів	2 спліта	Так
PremiumTrader	13750 євро	150 000 токенів	3 спліта	Так
Infinity Trader	27500 євро	300 000 токенів	3 спліта	-

Також доступний Апгрейд пакетів:

Якщо ви зайшли з пакетом на 550 євро, то наступний пакет, який ви можете активувати на свій номер, повинен бути більше. Тобто 1100 і вище. Але можна відкрити ще один аккаунт за своєю рефералкою і створити під собою ще один акаунт і покласти туди будь-який пакет. Таким чином ще і можна реферальні заробити. Свої пакетів можна відкривати необмежену кількість.
Вартість монети OneCoin за 2015-2017 наведено в таблиці 2.

З її властивостей і особливостей випливають переваги і недоліки в порівнянні зі звичайними традиційними валютами: [2]

Переваги криптовалюти.

- Відкритий код алгоритму дозволяє добувати її кожному бажаючому

- Анонімність транзакцій - інформація про власника криптокошелька відсутня (є тільки номер гаманця)
- Децентралізований характер, відсутність єдиного цифрового банку, відсутність контролю за транзакціями і платежами Чи не схильна до інфляції (емітується обмежена кількість монет)
- Захищеність: її не можна скопіювати.

Таблиця 2

Ціна монети OneCoin [4]

січень 2015	0,50 Євро	лютий 2016	5,25 Євро
лютий 2015	0,50 Євро	березень 2016	5,54 Євро
березень 2015	0,55 Євро	квітень 2016	5,54 Євро
квітень 2015	0,70 Євро	травень 2016	6,25 Євро
травень 2015	1,10 Євро	червень 2016	6,25 Євро
липень 2015	1,55 Євро	липень 2016	6,25 Євро
серпень 2015	1,80 Євро	серпень 2016	6,95 Євро
вересень 2015	2,18 Євро	вересень 2016	6,95 Євро
жовтень 2015	2,44 Євро	жовтень 2016	6,95 Євро
листопад 2015	3,34 Євро	листопад 2016	7,85 Євро
грудень 2015	3,96 Євро	грудень 2016	7,85 Євро
січень 2016	4,46 Євро	січень 2017	7,85 Євро
лютий 2016	5,25 Євро	лютий 2017	7,85 Євро
березень 2016	5,54 Євро	березень 2017	9,85 Євро

Недоліки криптовалюти.

- Через відсутність регулюючих механізмів немає гарантій збереження електронних криптокошельків
- Висока волатильність через специфіку використання
- З боку національних регуляторів можливі негативні дії щодо неї (типу заборони ЦБ РФ на операції з біткоінами)
- Втрата пароля до електронного криптокошелька або його непрацездатність ведуть до безповоротної втрати всіх, хто знаходиться в ньому криптомонет.
- З підвищенням рівня складності стає нерентабельним майнінг криптомонет на обладнанні окремих користувачів.

Приклад доходу від інвестицій. Для прикладу візьмемо інвестиційний пакет Starter вартістю 110 євро. Для того, щоб розуміти наскільки вигідно інвестувати в OneCoin, порахуємо дохід.

При купівлі інвестиційного пакету на 110 євро, отримаємо на рахунку 1000 токенів. Після проходження спліта токени подвояться і складуть 2000. Ось і перший прибуток. Потім відправляємо токени на майнінг (видобуток монет) для отримання основної монети ванкоін. Вартість видобутку однієї монети складає 63 Токена, таким чином у вас на рахунку буде 31 монета. До кінця 2016 року по підрахункам вартість одного ванкоіна прогнозується в 10 євро. З 110 євро до кінця року ви отримаєте як мінімум 310 євро. [4]

Хочу зазначити, що на початку року вартість видобутку 1 монети становила 5 Токенів, в січні 2016 - 45 Токенів, в червні 2016 - 63. Таким чином, чим швидше

ви приймете рішення інвестувати в OneCoin, тим більше прибутку принесе ваша інвестиція.

Висновок. OneCoin є новою криптовалютою, що поєднує в собі інноваційні технології, прибуток, безпеку і простоту використання. Її виграшною особливістю можна назвати технологічну концепцію і маркетингову стратегію. OneCoin містить в собі всі переваги всіх існуючих криптовалют, завдяки чому у неї є шанс стати найуспішнішою і надійної криптовалютою на ринку. Головною відмінністю OneCoin від валюти будь-якої країни полягає в тому, що ця криптовалюта обмежена своєю кількістю випуску, в реультаті чого не схильна до інфляції. КриптовалютаOneCoin надає широкі можливості як для новачків, так і для досвідчених трейдерів. Система OneCoin дозволяє проводити велику кількість транзакцій за доступними цінами. Мережа компанії існує в 195 країнах світу і вже налічує 1,7 мільйона користувачів. [3] Документи KYC зберігаються в новому блокчейні. Система OneCoin не зажадає від вас великих знань і установок. За рахунок централізованого принципу дії вона перешкоджає роботі шахрайських схем. Блокчейн OneCoin дозволяє проводити велику кількість транзакцій будь-якого масштабу.

Література:

1. bankcomat.com Ванкоін - криптовалюта нового зразка [Електронний ресурс]- Режим доступу:https://bankcomat.com/news/vankoin-kriptovaljuta-novogo obrazca.html
2. OneCoin [Електронний ресурс]- Режим доступу:http://onecoin.co.ua/
3. Криптовалюта [Електронний ресурс]- Режим доступу:http://kriptovalyuta.com/ua/onecoin/
4. OneCoin [Електронний ресурс]- Режим доступу:http://one-coine.com/ 1
5. Демидов А. "Digitalmoney - електроннігроші" / / Гроші, 1997. - № 3.
6. Банківська справа: Підручник. Під ред. О. І. Лаврушина. М.: Фінанси і статистика, 2004.

Mysik O. A.
Undergraduate 3-th year
Crimean Federal University V.I. Vernadsky
Institute of Economics and Management, Russia

ROLE AND PLACE OF MARKETING PLANNING, AS A COMPONENT OF THE GENERAL SYSTEM OF MANAGEMENT OF THE INSURANCE COMPANIES

Мысик Ольга Александровна
магистрант 3 курса
Институт экономики и управления
«Крымский федеральный университет имени В.И. Вернадского», Россия

РОЛЬ И МЕСТО МАРКЕТИНГОВОГО ПЛАНИРОВАНИЯ, КАК СОСТАВНОГО ЭЛЕМЕНТА ОБЩЕЙ СИСТЕМЫ УПРАВЛЕНИЯ СТРАХОВОЙ КОМПАНИЕЙ

The article defines the role and place of marketing planning as an integral element of the general management system of the insurance company, examined the main objectives of insurance marketing, outlines the stages of marketing planning, identifies the mechanism for implementing marketing functions in the overall structure of the business processes of the insurance company.

Key words: *marketing, insurance company, planning, management system.*

В статье определены роль и место маркетингового планирования, как составного элемента общей системы управления страховой компанией, расмотрены основные цели страхового маркетинга, обозначены этапы маркетингового планирования, обозначен механизм реализации функций маркетинга в общей структуре бизнес-процессов страховой компании.

Ключевые слова: *маркетинг, страховая компания, планирование, система управления.*

Определить место и роль маркетингового планирования в общей системе управления страховой компанией можно, рассмотрев его в составе тех организационных подсистем, для которых он является обязательной составляющей: в составе общей системы стратегического планирования деятельности страховой компании; в составе функций управления маркетингом.

Касательно первого направления необходимо отметить определяющую роль маркетингового планирования и маркетинга в целом в общей системе управления страховой компанией. Реинжиниринг бизнес-процесса маркетинга заключается в установлении определяющей роли маркетинга в деятельности страховой компании. Во-первых, такая компания ориентирована на клиента, поэтому разработка новых страховых услуг невозможна без изучения его потребностей. Согласно работа по исследованию предпочтений и потребностей клиентов с дискретной (эпизодической) превращается в константную (постоянную). Во-вторых, маркетинговые подразделения реинжинирингового страховой компании превращаются из «исследовательского центра», что дает рекомендации, в планировщика и организатора продаж. Маркетинговая структура страховой компании становится своеобразным центром информации, куда стекаются все данные о существующих и потенциальных клиентов, конкурентов. Именно это подразделение создает и ведет маркетинговую информационную систему (МИС), без которой успешная организация продаж страховых продуктов невозможна.

Итак, в маркетинговом планировании страховой компании, как и в других сферах деятельности, в задачи последнего входит обоснование и корректировка целей страховщика (с помощью маркетингового анализа внешней среды, прогнозирование его развития), участие в разработке стратегии поведения компании на рынке (маркетинговой стратегии) и планирование конкретных мероприятий реализации выбранной стратегии (маркетинговых мероприятий, или маркетинговой деятельности). Все эти составляющие являются базой для разработки общего стратегического плана компании и дальнейшего воплощения стратегии страховой компании.

Более детальную картину места маркетингового планирования в системе управления страховой компании можно получить, анализируя его как функцию управления маркетингом и составляющую общего цикла маркетинговой деятельности.

Прежде чем перейти к описанию маркетингового планирования как функции управления маркетинговой деятельностью страховой компании,

необходимо определить, что понимается под функцией маркетинга, задачей маркетинга, что следует считать инструментом маркетинга, и, наконец, что собой представляют маркетинговые бизнес-процессы.

Функция маркетинга может быть определена как деятельность по реализации или обеспечения реализации рыночных целей компании, выполняемый на регулярной основе и с помощью однотипных методов или путей выполнения (функция ценообразования, функция коммуникаций с потребителем, аналитические функции). В рамках одной функции решается ряд однородных задач.

Маркетинговая задача - составная функции, иногда - этап ее реализации. Согласно определению А.В. Брушлинский, задача вообще понимается как осознанная проблемная ситуация с выделенными условиями (данным) и требованием (целью). То есть, учитывая конкретность текущих условий, задача понимается как отдельный (иногда - одноразовый) шаг в процессе деятельности, а с учетом наличия конкретной цели для решения одной задачи используется однородный по направлению (но часто совершенно разный по технологии использования, сферой возникновения) инструментарий.

Обобщая определения маркетингового инструментария, приведены в отечественных и иностранных исследованиях, в частности, работах Ж.-Ж. Ламбена, Р.Чумпитаса, И.Шулинг [4, с. 69] А. Ф. Павленко, А. В. Войчак [5, с.73], маркетинговый инструментарий может быть определен как набор средств, методов и технологий, с помощью которых решаются задачи маркетинга и выполняются определенные маркетинговые функции. Маркетинг вообще и страховой маркетинг в частности используют инструментарий, который преимущественно был разработан и первоначально использовался в других дисциплинах. Прежде всего, это экономический инструментарий (в том числе математические методы в экономике), методы социологии (преимущественно для маркетинговых исследований), психологии (для маркетинговых коммуникаций), инженерии (получают распространение методы и приемы, разработанные в рамках теории решения изобретательских задач) и т. д.

Относительно определения понятия «бизнес-процесс» в маркетинге, стоит отметить, что функции и бизнес-процессы представляют лишь различные уровни абстракции. Такой подход поддерживается многими распространенными методиками моделирования деятельности организаций и организационного дизайна. Он отражен, в частности, в таких известных его методиках, как ARIS или семейство стандартов IDEF. Что касается четкого определения, то современные исследователи, в частности, В. Елиферов и В. Репнин [2, с. 28] предлагают следующие определения:

1) функция - это задача, которую решает компания для собственного выживания и для достижения поставленной цели. Функция отвечает на вопрос «что делать»;

2) бизнес-процесс - это реализация функции во времени, способ решения определенной задачи. Бизнес-процесс описывает, как выполняется функция, в какой последовательности, в каких вариантах, а также описывает

взаимодействие определенных функций между собой в общей работе компании. Бизнес-процесс отвечает на вопрос «как делать?». Именно при анализе бизнес-процесса станет ясно, какие именно маркетинговые инструменты, методики и технологии, и в какой последовательности используются специалистами маркетологами той или иной организации, то есть каков механизм реализации определенной функции.

Стратегическое планирование является основой для всех остальных видов планирования в страховой компании. Оно начинается с определения глобальных целей и миссии компании. Затем устанавливаются более конкретные цели. Для этого обязательным является сбор информации о внутренней и внешней среде организации, о конкурентах, ситуации на рынке и обо всем ином, что могло бы даже косвенно повлиять на работу страховой компании. В классическом понимании далее следует SWOT-анализ, который выявляет сильные и слабые стороны работы страховой компании, а также потенциальные возможности и угрозы, с которыми ей придется столкнуться в ходе достижения поставленных целей. Затем топ-менеджмент компании определяет спектр видов деятельности (или же основные продукты, которыми компания будет заниматься), а также уровень их поддержки со стороны руководства на той или иной ступени развития.

В свою очередь, наряду с глобальным стратегическим планом развития страховой компании каждое подразделение, отвечающее за свой участок работы, разрабатывает подробные маркетинговые и другие планы. Таким образом, маркетинговое планирование осуществляется на уровне подразделений компании.

Стоит также заметить, что обычно процесс разработки планов охватывает четыре этапа: анализ, планирование, реализация и контроль. Данные составляющие являются типичными для стратегического планирования, маркетингового планирования и планирования для любых других целей. Связь между ними показана на рис. 1.

Анализ предполагает полное изучение среды, в которой работает компания, с выявлением сильных и слабых сторон, а также благоприятных возможностей и потенциальных угроз. Анализ обеспечивает каждый последующий этап необходимой информацией. Планирование включает определение маркетинговых стратегий, которые помогут компании в достижении поставленных стратегических целей. В центре внимания на данном этапе находится планирование маркетинга, товара или марки. На стадии реализации стратегические планы воплощаются в жизнь, в результате чего достигаются цели компании.

Наконец, контроль включает в себя анализ и оценку результатов выполнения планов, а также некоторую корректировку в случае необходимости [3, с.20].

Основная цель современного страхового маркетинга заключается в достижении области максимальной эффективности финансово-экономических отношений страховщика и страхователя.

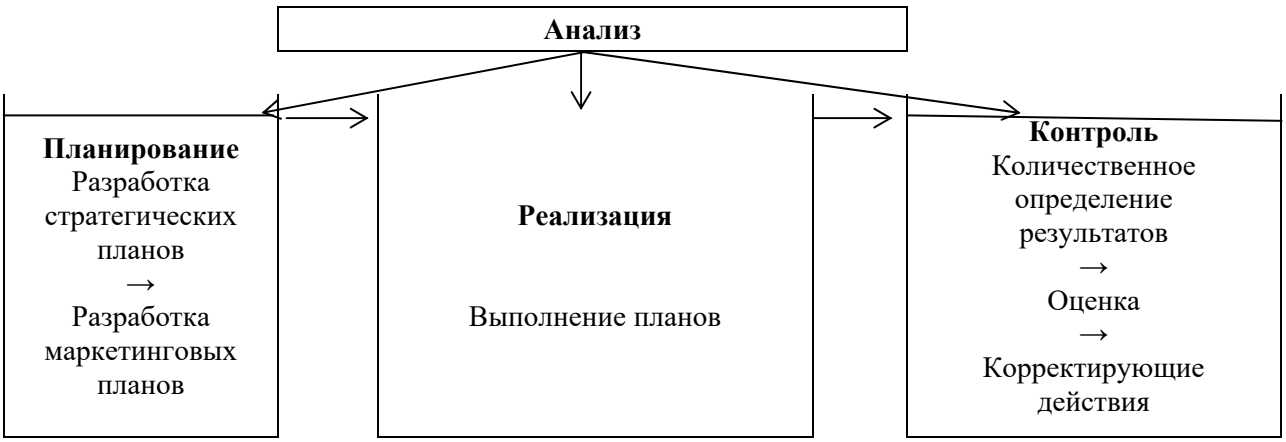


Рис. 1. Этапы процесса планирования

Основными целями страхового маркетинга являются:

1) оптимизацию страхового продукта;

2) совершенствование системы сбыта и эффективную рекламную поддержку продаж страховых услуг.

Реализация функций маркетинга в общей структуре бизнес-процессов страховой компании может быть описана следующим образом.

1. Участие маркетинга в основных процессах (непосредственно ориентированы на производство продукта или услуги, представляющие ценность для клиента и обеспечивают получение дохода для компании). В страховой компании маркетинг может принимать участие в основных бизнес-процессах путем организации и оперативного управления работой нетрадиционных каналов продаж страховых продуктов - продаж через Интернет, call-центр, директ-маркетинговых продаж и тому подобное. Таким образом, процессы маркетингового планирования не относятся к кругу основных процессов страховой компании.

2. Участие маркетинга в процессах обеспечения (вспомогательные, предназначенные для обеспечения выполнения основных процессов, фактически обеспечивают ресурсами всю деятельность организации). К процессам обеспечения может быть отнесена так называемая маркетинговая поддержка продаж по двум основным направлениям:

- аналитическим - обеспечение страховщиков оперативной аналитической информацией о рынке (вся информация в идеале должно содержаться в маркетинговой информационной системе - МИС),

- коммуникационным - предоставление подразделениям, занимающимся продвижением страховых продуктов, информационных и рекламных сопроводительных материалов, директ-маркетинговой поддержки и т.п.

3. Участие маркетинга в процессах управления (охватывают весь комплекс функций управления на уровне текущих действий и системы ведения бизнеса в целом). Именно к таким процессам, в первую очередь относится маркетинговое планирование страховщика, направленное на:

1) обоснование стратегии страховой компании. Этот процесс может быть отнесен и к процессам обеспечения, но является составляющей системы стратегического управления компанией в целом;

2) формирование определенного имиджа страховой компании в референтных групп. Этот процесс, как правило, путем использования маркетинговых коммуникаций (реклама, PR, участие в различных выставках, отраслевых событиях, спонсорских и меценатских проектах и т.п.) - если речь идет о внешних референтные аудитории (клиенты, перестраховщики, государственные регулирующие органы и т.д.). Также он осуществляется с помощью внутренних коммуникаций - воздействия на коллектив компании (используются инструменты из сферы управления персоналом);

3) планирование и дальнейшую реализацию мероприятий так называемого «организационного маркетинга». Некоторые компании, в частности, из сферы финансовых услуг, рассматривают как отдельный процесс работу по оптимизации существующих каналов сбыта и системы продаж как таковой. Этот процесс также можно отнести к процессам развития - в зависимости от степени изменений и конкретной формы осуществления оптимизационной работы;

4) бизнес-процессов непосредственно маркетингового управления целесообразно отнести разработку и организацию воплощения маркетингового плана (программы действий, маркетинг-микс) на конкретных клиентских сегментах или секторах страхового рынка. Таким образом, разработка планов маркетинга, как и организация их выполнения, относится к управленческих процессов тактического уровня.

4. Участие маркетинга в процессах развития страховой компании (совершенствование, освоение новых направлений и технологий, инновации):

1) разработка новых и адаптация существующих страховых продуктов и, соответственно, весь блок маркетинговых исследований, направленный на их создание и адаптацию - задача, с одной стороны, входят в процесс маркетингового планирования, и, в то же время, могут быть отнесены к так называемого «R & D» (от англ. «research and development» - исследования и разработки, распространенная аббревиатура в бизнес-среде)

2) создание, запуск и усовершенствование новых каналов продвижения страховых продуктов - Интернет-продаж, телемаркетинга (телефонных продаж) и т.д., оптимизация работы традиционных каналов продаж страховых продуктов;

3) участие в обучении страхового персонала, разработка и контроль соблюдения стандартов обслуживания клиентов.

Определяющая роль маркетингового планирования в системе стратегического планирования в страховой компании, о которой идет речь почти во всех упомянутых исследованиях, усиливается благодаря активному использованию маркетинговых технологий в формировании общего имиджа страховой компании, его трансляции во внешних, так и во внутренних коммуникациях [1].

Результаты проведенного анализа позволяют сделать выводы о необходимости разработки механизма маркетингового планирования, которое в полной мере учитывало бы различия, присущие процессу планирования маркетинговой деятельности страховых компаний.

Литература:

1. Адаменко Е. HR-менеджер нового образца / Е. Адаменко // HR Magazine. – 2009. – №7-8. – С. 75-81
2. Елиферов В. Г. Бизнес-процессы. Регламентация и управление / В. Г. Елиферов, В. В. Репнин. – М.: ИНФРА-М, 2009. – 320 с.
3. Козьменко О.В. Практикум по страховому маркетингу / О. В. Козьменко, В. С. Лысенко. – Сумы : Университетская книга, 2014. – 224 с.
4. Ламбен Ж.-Ж. Менеджмент, ориентированный на рынок / Ж.-Ж. Ламбен, Р. Чумпитас, И. Шулинг; пер.с франц. – С-.Пб.: Питер, 2008. – 720 с.
5. Павленко А.Ф. Маркетинг: підручник / А.Ф. Павленко, І.Л. Решетнікова, А.В. Войчак, Н.В. Куденко, О.О. Бєляєв, Т.Є. Оболенська. – К.: ДВНЗ «Київ. нац. екон. ун-т ім. В.Гетьмана», 2008. – 600 с.

Iryna Savluk
Student, bachelor of economics
Kiev National Economic University named after V. Hetman

HOW INTEREST RATE POLICY (IRP) OF CENTRAL BANKS IMPACTS BANKING RATES

Abstract. *The interest rate policy (IRP) of central banks should be a key driver of lending and deposit rates of the whole country`s banking sector. Commercial banking lending rate is crucial for the country`s economic development. But if such rates are very high, borrowers can get loans with high inflation rate. If interest rates are at a low level, cheap money inflow in the economy and this process should match with low inflation, otherwise they would have no connection with consumer price index (CPI).*

Key words: *interest rate policy (IRP), consumer price index (CPI), countries with the highest and the lowest interest rates.*

INTRODUCTION

The key role of monetary policy of central banks is outlined by IMF as `to achieve price stability (low and stable inflation) and to help manage economic fluctuations`[1]. We should stress here that the interest rate policy is a part of monetary policy but sometimes they are mixed [2]. Other parts of monetary policy are volumes of money supply and monetary instruments, available for depositing in central banks, such as bonds, different types of loans and deposits by terms, management procedures and infrastructure for monetary policy implementation.

To achieve the core target of monetary policy – moderate inflation level, some central banks reduce rates below zero to achieve economic growth and correct inflation to the targeted level, usually 2-2.5%, while others increase rates to curb inflation, prevent capital outflow and national currency devaluation. For example, on 7 September 2017 European Central bank announced: `At today's meeting the Governing Council of the ECB decided that the interest rate on the main refinancing operations and the interest rates on the marginal lending facility and the deposit facility will remain unchanged at 0.00%, 0.25% and -0.40% respectively` [3]. In the table below (table 1) we made a short-list from 85 available countries` statistics [2] of top 10 countries with the lowest interest rates and top 10 countries with the highest interest rates of central banks in 2016. .

Table 1

Interest Rate (IR) Data, %

Country	2012	2013	2014	2015	2016
Low IR group					
Switzerland	0.13	0.13	-0.25	-0.75	-0.75
Sweden	1.00	0.75	0.00	-0.35	-0.50
Bulgaria	0.03	0.02	0.02	0.03	-0.21
Japan	0.10	0.10	0.10	0.10	-0.10
Belgium	0.75	0.25	0.05	0.05	0.00
Eurozone	0.75	0.25	0.05	0.05	0.00
Finland	0.75	0.25	0.05	0.05	0.00
Czech Republic	0.05	0.05	0.05	0.05	0.05
Denmark	0.20	0.20	0.20	0.05	0.05
United Kingdom	0.50	0.50	0.50	0.50	0.25
Average rate	0.426	0.25	0.077	-0.022	-0.121
High IR group					
Brazil	7.25	10.00	11.75	14.25	13.75
Mongolia	13.25	10.50	12.00	13.00	14.00
Nigeria	12.00	12.00	13.00	11.00	14.00
Ukraine	7.50	6.50	14.00	22.00	14.00
Azerbaijan	5.00	4.75	3.50	3.00	15.00
Zambia	9.25	9.75	12.50	15.50	15.50
Tanzania	15.46	15.83	16.26	16.10	15.96
Angola	10.25	9.25	9.00	11.00	16.00
Belarus	30.00	23.50	20.00	25.00	18.00
Ghana	15.00	16.00	21.00	26.00	25.50
Average rate	12.50	11.81	13.30	15.69	16.17
Average rate for 85 countries	4.89	4.39	4.58	5.99	5.83

Calculated based on [2]

Data from table 1 gives us a background to make some conclusions:

1. Developed counties usually have lower interest rates and aim for higher inflation indicator as a key for stable GDP growth. As for the group of 10 countries with the lowest interest rates, the tendency of interest rates reduction from positive level to negative took place in 2012-2016.
2. Meanwhile developing countries are fighting with skyrocketing inflation and increase their interest rates. For the analyzed period of time, the average interest rate for the group of countries with the highest rates increased from 12.5 to 16.17%. That caused the average rate for 85 countries to increase from 4.89 to 5.83%.
3. Some countries try to keep stable interest rate as much as possible. For example, Czech Republic with 0.05% for 5 years or Nigeria with rather low level of fluctuations. Meanwhile there is a number of countries with unstable interest rates: in Switzerland rate in 2012-2016 changed on 0.88 pp., which is 6.8 times to the

interest rate level in 2012 (0.13%), for Azerbaijan interest rate in this period increased 3 times.

4. Majority of central banks form interest rate with round decimals. The minimum point for interest rates of such banks is 0.05%. For example, Bank of Nigeria announced round rates without any figure after decimals. That means that rates are formed under management board decisions. However, some banks have very strict rate, for example Bulgaria with – 0.21% in 2016, Tanzania with 15.96% in 2016. Maybe such counties have a rigid methodology to calculate interest rates. For Bulgaria the Base Interest Rate (BIR), effective from the first day of each calendar month, equals the simple average of the values of the LEONIA Plus (LEv OverNight Index Average Plus) for the business days of the preceding calendar month. [4].

To analyze the connection of interest rates policy in such countries with the inflation dynamics (CPI), we constructed the adequate table (table 2).

Table 2

CPI Data, %

Country	2012	2013	2014	2015	2016
Low IR group					
Switzerland	-0.7	-0.2	0.0	-1.1	-0.4
Sweden	0.9	-0.1	-0.2	0.0	1.0
Bulgaria	3.0	0.9	-1.4	-0.1	-0.8
Japan	-0.1	0.4	2.8	0.8	-0.1
Belgium	2.8	1.1	0.3	0.6	2.0
Eurozone	2.5	1.4	0.4	-	-
Finland	2.8	1.5	1.0	-0.2	0.4
Czech Republic	3.30	1.40	0.40	0.30	0.70
Denmark	2.4	0.8	0.6	0.5	0.3
United Kingdom	2.8	2.6	1.5	0.0	0.7
Average group CPI	1.97	0.98	0.54	0.09	0.42
High IR group					
Brazil	5.4	6.2	6.3	9.0	8.7
Mongolia	-	-	-	-	-
Nigeria	12.2	8.5	8.1	9.0	15.7
Ukraine	0.6	-0.3	12.1	48.5	14.9
Azerbaijan	1.1	2.4	1.4	4.0	12.4
Zambia	6.6	7.0	7.8	10.1	17.9
Tanzania	16.0	7.9	6.1	5.6	5.2
Angola	10.3	8.8	7.3	10.3	32.4
Belarus	59.2	18.3	18.1	13.5	11.8
Ghana	9.2	8.3	15.5	17.2	17.5
Average group CPI	13.40	7.46	9.19	14.13	15.17
CPI for all countries	5.21	4.33	4.18	4.71	3.68

Calculated based on [2].

Conclusions from table 2 are following:

1. In the group with low interest rates, CPI has a tendency to downgrade year by year, which is similar to the interest rates trend. Only in 2016 CPI showed growth, maybe thanks to the policy of below zero IR. Correlation ratio between CPI and

IR of this group in the period 2012-2016 is 0.47. It means that the trend of inflation on 50% depends on interest rate policy and other part is regulated by other factors.

2. In the group with high interest rates, CPI performs fluctuations: decreasing in 2013, 2014 and increasing in 2015, 2016. That tendency is very similar to the interest rates trend, which is indicated by high correlation ratio (0.7). That means there are more connections than in the first group. CPI trend for all counties slops down in contrast to the interest rates growth.
3. No country has interest rate similar to the CPI. Some counties, such as Brazil, Ghana and others in the second group have been keeping policy of a higher IR than inflation level for all years in order to curb inflation. Such policy is called `Costly money`. Some countries always keep IR below inflation level. They are only in the first group: Belgium, Czech Rep., Eurozone. That policy is called `Cheep money` which accelerates inflation and economic growth. Majority from our short-list countries follow `Uncertain policy` when IR fluctuates to ICP year by year. In some countries such differences are very high: in Ukraine +6.9 pp. in 2012 and – 26.5 pp. in 2015, in Switzerland, which has conducted `Costly money` policy for 3 years and `Cheep money` policy for 2 years. In these and other cases central banks follow a non inflation targeting monetary policy, but some other goals are also in focal points of some central banks activities.

Overall, different countries implement different interest rate policies. In all cases IRP should be strictly determined and transparent, flexible and effective in the certain period of countries` economic development.

REFERENCES:

1. International Monetary Fund (IMF). Monetary Policy and Central Banking. November 3, 2017. http://www.imf.org/en/About/Factsheets/Sheets/2016/08/01/16/20/Monetary-Policy-and-Central-Banking
2. FOCUSECONOMICS. Policy Interest Rate (%). https://www.focus-economics.com/economic-indicator/policy-interest-rate
3. European Central Bank. Monetary policy decisions. September 7, 2017 https://www.ecb.europa.eu/press/pr/date/2017/html/ecb.mp170907.en.html
4. Bulgarian National Bank. Base interest rate. http://www.bnb.bg/Statistics/StBIRAndIndices/StBIBaseInterestRate/index.htm

Savchuk S. V.,
Ph.D. in Economics, Associate Professor
Demianiuk A. V.
Ph.D. in Economics
Ternopil National Economic University, Ukraine

MODERNIZATION OF LOCAL BUDGETS OF UKRAINE: MODERN TRENDS AND PROSPECTS OF DEVELOPMENT

Савчук С. В.
канд. екон. наук, доцент
Дем'янюк А. В.
канд. екон. наук

Тернопільський національний економічний університет, Україна

МОДЕРНІЗАЦІЯ МІСЦЕВИХ БЮДЖЕТІВ УКРАЇНИ: СУЧАСНІ ТЕНДЕНЦІЇ ТА ПЕРСПЕКТИВИ РОЗВИТКУ

The modern tendencies of reforming of local budgets of Ukraine in the context of decentralization processes are researched. The practice of performing revenue and expenditure parts of local budgets of Ukraine are analyzed. The prospects of modernization of local budgets of Ukraine in order to ensure their financial strength are determined.

Key words: *local budgets, local budget revenues, local budget expenditures, intergovernmental transfers, decentralization reform.*

Досліджено сучасні тенденції реформування місцевих бюджетів України в контексті процесів децентралізації. Проаналізовано практику виконання дохідної та видаткової частин місцевих бюджетів України. Визначено перспективи модернізації місцевих бюджетів України з метою забезпечення їх фінансової міцності.

Ключові слова: *місцеві бюджети, доходи місцевих бюджетів, видатки місцевих бюджетів, міжбюджетні трансферти, реформа децентралізації.*

Забезпечення фінансової стійкості на місцевому рівні в Україні в контексті модернізації місцевих бюджетів є неодмінною складовою процесів вітчизняного державотворення з урахуванням імплементації світового досвіду, зокрема європейського, щодо формування ефективного механізму функціонування місцевого самоврядування. Здійснення структурних реформ у сфері місцевого самоврядування було зумовлено наявністю таких проблем, як низький рівень забезпечення публічними послугами на місцевому рівні, незадовільний стан благоустрою адміністративно-територіальних одиниць, нерозвиненість форм прямої демократії, неузгодженість місцевої і державної політики щодо соціально-економічного розвитку територій тощо. Модернізація місцевих бюджетів України на засадах здійснюваної реформи бюджетної децентралізації сприятиме вирішенню вищезазначених проблем та стратегічному розвитку держави загалом.

Питання функціонування місцевих бюджетів у своїх працях досліджували вітчизняні науковці, зокрема О. Василик, В. Дем'янишин, М. Карлін, О. Кириленко, Н. Корень, І. Луніна, В. Опарін, О. Сунцова, В. Федосов, С. Юрій, а також зарубіжні дослідники – Ш. Бланкарт, Дж. Б'юкенен, П. Самуельсон, Дж. Стігліц та ін. Зважаючи на ґрунтовність здійснених досліджень, в умовах сучасної реформи бюджетної децентралізації актуальним є розгляд теоретичних та практичних засад модернізації місцевих бюджетів України й визначення подальших напрямів їх розвитку.

Успішний розвиток України зумовлює необхідність підвищення ефективності управління бюджетними потоками на місцевому рівні з метою забезпечення фінансової стійкості та збалансування взаємовідносин у сфері бюджету між усіма рівнями влади. В Україні з 2014 р. розпочато реформу децентралізації та уже зроблено перші успішні кроки у цьому напрямі, які спрямовані на зростання дохідної бази місцевих бюджетів та розширення повноважень органів місцевого самоврядування [7, С. 7].

За цей час розроблено та впроваджено законодавчі ініціативи, що сприяли процесам модернізації місцевих бюджетів України (табл. 1). Новостворена законодавча база спрямована на посилення мотивації до проведення

адміністративної реформи в Україні з метою вирішення нагальних проблем та фінансового зміцнення органів місцевого самоврядування. Безпосередньо, важливе значення відіграли прийняті зміни до Бюджетного кодексу України [1] та розроблена й схвалена Концепція реформування місцевого самоврядування та територіальної організації влади [4].

Таблиця 1

Результати впровадження законодавчих ініціатив в Україні*

Законодавчі ініціативи	Результати впровадження
Закони про внесення змін до Бюджетного та Податкового кодексів України	Місцеві бюджети зросли на 78 млрд. грн. та їх частка у зведеному бюджеті наближається до 50%
Закон «Про добровільне об'єднання територіальних громад»	Створено 366 об'єднаних територіальних громад, що забезпечило спроможний базовий рівень місцевого самоврядування
Закон «Про співробітництво територіальних громад»	Створено механізм вирішення проблем щодо утилізації та переробки сміття, розвитку спільної інфраструктури (більше 500 громад уклали 111 договорів)
Закон «Про засади державної регіональної політики»	Державна підтримка регіонального розвитку та розвитку інфраструктури громад зросла у 30 разів
Закон «Про внесення змін до деяких законодавчих актів України щодо децентралізації повноважень у сфері архітектурно-будівельного контролю та удосконалення містобудівного законодавства»	Нові містобудівні повноваження отримали майже 90 міст та об'єднаних територіальних громад
Пакет законів щодо розширення повноважень органів місцевого самоврядування та оптимізації надання адміністративних послуг	Делегування органам місцевого самоврядування відповідного рівня повноважень з надання таких послуг, як реєстрація місця проживання, видача паспортних документів, державна реєстрація юридичних та фізичних осіб, вирішення земельних питань тощо

**Складено на основі [3]*

Досліджуючи сучасну практику функціонування місцевих бюджетів України варто відмітити позитивні тенденції у формуванні їхньої дохідної бази в результаті здійснення реформи децентралізації. Так, зокрема, частка місцевих бюджетів у зведеному бюджеті України, враховуючи трансферти, за 2015 – 2017 рр. зросла з 45,6% до 49,3% [6]. Такі зміни відбулися в розрізі загального та спеціального фондів, щодо яких констатуємо зростання частки до рівня 31,1% та 37,2% відповідно у 2016 р. в порівнянні з аналогічними показниками 2013 р. (рис. 1).

Як свідчить аналіз показників місцевих бюджетів, у 2016 р. акумульовано доходів у обсязі 366 млрд. грн., що на 14,1% більше у порівнянні з попереднім 2015 р. Важливо вказати на те, що власні доходи у даному періоді зросли на 49% і становили 146,6 млрд. грн., на відміну від минулого року, коли їхня сума склала 98,2 млрд. грн. У 2017 р. прогнозом передбачено 170,7 млрд. грн. їхніх

надходжень, а за 10 місяців цього року забезпечено виконання 90,6% прогнозних обсягів.

Рис. 1. Динаміка частки доходів місцевих бюджетів у доходах зведеного бюджету України за 2013-2016 рр.*

**Складено на основі [2]*

Впровадження реформи децентралізації сприяло трансформації структури дохідних джерел місцевих бюджетів України. Незважаючи на те, що у загальному обсязі податкових надходжень податку на доходи фізичних осіб все ще відводиться основна бюджетоутворююча роль, все ж більшого фіскального значення набувають місцеві податки і збори (у 2014 р. – частка складала 8%, у 2015 р. – 22,4%, у 2016 р. – 24,8%), встановлення та регулювання яких закріплено за місцевими органами влади. Оскільки, без урахування міжбюджетних трансфертів, частка податку на доходи фізичних осіб у місцевих бюджетах України складає близько 56% загального обсягу їхніх доходів, зокрема щодо бюджетів об'єднаних територіальних громад – 55%, то посиленої уваги потребує адміністрування вказаного податку, пошук місцевими органами резервів стосовно розширення бази оподаткування та інших заходів з метою нарощування надходжень від податку [2; 6].

Прискореними темпами відбулося і зростання видаткової частини місцевих бюджетів України. Зокрема, у 2016 р. їхній обсяг, без урахування коштів, що передаються до державного бюджету, становив 346,2 млрд. грн., що перевищило даний показник на 25,0 % у порівнянні з 2015 р. Традиційними напрямками здійснення видатків стали: соціально-культурна сфера (за рахунок приросту у 2016 р. на 46,4% видатків на соціальний захист і соціальне забезпечення, на 25,5% – видатків на фізичну культуру і спорт, на 24% – видатків на культуру та мистецтво). Визначальним стало зростання на 81,8% видатків місцевих бюджетів на економічну діяльність [2, С. 76].

Важливо зазначити, що при формуванні місцевих бюджетів України значною залишається частка міжбюджетних трансфертів, яка у 2016 р. складала 53,4%. Навіть зниження темпів їхнього зростання у порівнянні з попереднім роком не сприяє повною мірою реалізації реформи децентралізації та не дає змогу зменшити фінансову залежність від обсягів наданої допомоги з державного бюджету. Позитивним фактором здійснення реформи

децентралізації стало зростання інвестиційних ресурсів місцевих бюджетів, що сприяє соціально-економічному розвитку територій [5, С. 84].

Враховуючи вищевикладене, перспективним вважаємо функціонування місцевих бюджетів на засадах фінансової децентралізації. Необхідним постає посилення фінансової автономії місцевих органів щодо формування та використання коштів місцевих бюджетів; забезпечення відповідності наданих місцевим органам повноважень обсягам дохідних джерел для ефективного виконання покладених на них функцій та завдань; удосконалення адміністрування податків і зборів, що є основою для формування ресурсної бази на місцевому рівні; ефективне управління бюджетними коштами з урахуванням стратегічних орієнтирів розвитку окремих адміністративно-територіальних одиниць при формуванні місцевих бюджетів.

Література:

1. Бюджетний кодекс України: Закон України від 8 липня 2010 р. № 2456-VI зі змінами і доповненнями [Електронний ресурс]. – Режим доступу: http://zakon2.rada.gov.ua/laws/show/2456-17.
2. Бюджетний моніторинг: Аналіз виконання бюджету за 2016 рік / [Зубенко В. В., Самчинська І. В., Рудик А. Ю. та ін.]; ІБСЕД, Проект «Зміцнення місцевої фінансової ініціативи (ЗМФІ-ІІ) впровадження», USAID. — К., 2017. — 92 с.
3. Державна політика, законодавчі напрацювання, проміжні результати першого етапу децентралізації влади в Україні [Електронний ресурс]. – Режим доступу: http://decentralization.gov.ua/about.
4. Концепція реформування місцевого самоврядування та територіальної організації влади в Україні [Електронний ресурс]. – Режим доступу: http://zakon2.rada.gov.ua/laws/show/333-2014-%D1%80.
5. Корень Н. В. Бюджетна децентралізація в Україні: результати реформи та пріоритети розвитку / Н. В. Корень // Стратегічні пріоритети. – 2017. – № 2. – С. 81 – 88.
6. Моніторинг децентралізації влади та реформування місцевого самоврядування. Міністерство регіонального розвитку, будівництва та житлово-комунального господарства України. – [Електронний ресурс]. – Режим доступу: http://www.minregion.gov.ua/wp-content/uploads/2017/11/Monitoring-Detsentralizatsiya-10.11.2017.pdf
7. Розвиток бюджетної децентралізації в Україні: наукова доповідь / за ред. д-ра екон. наук І. О. Луніної; НАН України, ДУ "Ін-т екон. та прогнозув. НАН України". – К., 2016. – 70 с.

Chmeruk G.G.,
Candidate of Economic Sciences, Associate Professor
Burlakova I.A.
Ph.D., Associate Professor
University of Banking, Ukraine

PROBLEMS AND PERSPECTIVES OF USE CRYPTOCURRENCY IN UKRAINE

Чмерук Г.Г.
к.е.н., доцент
Бурлакова І.А.
к.пед.н., доцент
ДВНЗ «Університет банківської справи», Україна

ПРОБЛЕМИ ТА ПЕРСПЕКТИВИ ВИКОРИСТАННЯ КРИПТОВАЛЮТ В УКРАЇНІ

The article examines the impact of digitalization on economic processes. The current state of development of the world's cryptocurrency has been analyzed. The justification of the prospects for the use of the cryptocurrency in Ukraine

Key words: *digital economy, cryptocurrency, bitcoin, mining, blockchain.*

У статті розглядається вплив цифровізації на економічні процеси. Проаналізовано сучасний стан розвитку криптовалют у світі. Обґрунтовуються перспективи використання криптовалют в Україні.

Ключові слова: *цифрова економіка, криптовалюта, біткоїн, майнінг, блокчейн.*

Розвиток інформаційних технологій, поява кіберфізичних об'єктів і їх об'єднання в єдиний інформаційний простір визначили початок четвертої науково-технічної революції. Очікується, що її результатом буде перехід людства від ресурсних або залежних від ресурсів економік до ресурсонезалежної економіки (Індустрії) 4.0. Основними драйверами технологічної революції є наступні напрямки: великі дані, інтернет речей, віртуальна і доповнена реальність, 3-Д друк, квантові обчислення (квантовий комп'ютер), штучний інтелект і криптовалюта.

В процесі розвитку Індустрії 4.0 Україна займає дещо суперечливе положення: з одного боку вона є країною з економікою, що розвивається і відчуває зараз багатовекторну кризу, але з іншого багато років є лідером в частині аутсорсингового IT-бізнесу в Європі і прагне в стислі терміни подолати багато бар'єрів на шляху до Економіки 4.0. Підтвердженням цьому є документ «Цифрова адженда України 2020 року - Цифровий порядок денний 2020» [1], який був підтриманий і схвалений Міністерством економічного розвитку і торгівлі України. Цей документ визначає ключову політику, першочергові сфери, ініціативи та проекти «ціфровізації» України на найближчі 3 роки. У документі зазначається, що одним із стратегічних технологій для досягнення Індустрії 4.0 в Україні є технології криптовалют (Blockchain).

Згадаємо, що у 2010 році був прийнятий Цифровий порядок денний ЄС (Digital Agenda for Europe), реалізація якого розрахована до 2020 року. Більшість країн ЄС розглядають його як рамковий та приймають відповідні Національні програми розвитку Цифрового суспільства від 1 до 3 років, в яких закладають пріоритетні середньострокові та короткотривалі цілі та індикатори досягнення таких цілей. Так багато Європейських країн, для прикладу, Німеччина, Франція, Швеція, реалізовують її ключові компоненти протягом останніх 5-7 років як пріоритет державної політики у багатьох сферах життя та галузях економіки. В рамках реалізації Цифрового порядку денного ЄС Європейський Союз прийняв стратегію Єдиного Цифрового Ринку – Digital Single Market. В рамках цієї програми заплановані інвестиції на суму 300 млрд євро за 7 років.

Основним практичним інструментом переходу країн від інформаційних до цифрових економік є власні «цифрові адженди» або «цифрові стратегії». «Цифрова адженда держави» - це ініціатива, план дій, стратегія, дорожня карта для здійснення «цифрових трансформацій» та розвитку в країні цифрової економіки, цифрової інфраструктури, цифрового суспільства. Інакше кажучи

«цифрова адженда» - це стратегія швидкого, відносно дешевого та якісного досягнення цілей країни як в економічній, так і суспільній площині за рахунок використання цифрових технологій.

Україна має змогу приєднатися до цієї стратегії і розраховувати приблизно на 6-10 млрд. євро інвестицій в цифрову інфраструктуру. Під егідою ГО ХайТекОфіс, світові лідери «цифрового» світу Cisco, IBM, Intel, Oracle, Deloitte, SAP, Ericsson, HPE, MasterCard, International Data Corporation, вітчизняні консультанти та експерти розробили концептуальні засади «Цифрового порядку денного України - 2020». Це документ, який визначає ключові політики, першочергові сфери, ініціативи та проекти «цифровізації» України на найближчі 3 роки.

«Цифрова адженда – 2020» визначає основними цілями України стимулювання економіки та залучення інвестицій; закладення основи для трансформації секторів економіки в конкурентоспроможні та ефективні («цифровізація» бізнесу); доступність цифрових технологій; створення нових можливостей для реалізації людського капіталу, розвитку інноваційних, креативних та «цифрових» індустрій та бізнесу; розвиток та світове лідерство щодо експорту «цифрової» продукції та послуг. Документ визначає принципи розвитку України в цифровому просторі і основи розбудови цифрової економіки. Він включає 10 напрямів: громадська безпека, охорона здоров'я, електронне урядування, електронна демократія, екологія, смарт-сіті, електронні платежі і розрахунки, соціальна сфера, електронна митниця, електронна комерція [1].

Особливо революційний вплив цифровізація має на економічні процеси, сприяючи переходу від «економіки сировини» до «цифрової економіки» або «економіки знань». Зокрема, велику роль в цьому відіграє розвиток систем електронних платежів та розрахунків. В «Цифровій адженді України - 2020» зазначається, що швидкість, якість, захищеність систем та технологій розрахунків в електронній формі визначають загальний рівень розвитку фінансового сектора держави та ступінь його інтегрованості і конкурентоспроможності на глобальних ринках. Забезпечення розвитку безготівкових розрахунків – один із пріоритетних напрямів розвитку фінансового ринку, визначений Комплексною програмою Національного банку України «Cashless economy» у листопаді 2016 року, і є складовою процесу євроінтеграції країни на основі міжнародних стандартів, концептуальних основ та Директив ЄС. Загалом дії уряду та Національного банку України протягом 2016 - 2017 років спрямовувалися на розширення сфери застосування безготівкових форм розрахунків та сприяння впровадженню в Україні безпечних і надійних платіжних систем.

Усе це призвело до підвищення динамічності бізнес-процесів, розширення каналів збуту та прискорення грошових потоків за рахунок використання мережі Інтернет та інформаційних технологій. Проте, говорити про розвиток електронних грошей не враховуючи ринок віртуальних валют не доцільно. Так за даними офіційного сайту Біткоін-статистики [2] з початку 2016 року біржові обсяги купівлі криптовалюти значно збільшилися, у листопаді

цього року було встановлено новий рекорд виторгу біткойнів, який склав майже 15,5 млн грн. за тиждень.

Розвиток криптотехнологій призвів до виникнення одного з найбільш яскравих феноменів інформаційної економіки на сучасному етапі її розвитку - створення нової форми грошей - криптовалют. Для того, щоб визначити переваги та недоліки використання криптовалюти в Україні насамперед розглянемо світовий досвіт використання криптовалют. Для цього проаналізуємо результати досліджень центру альтернативних фінансів Кембріджського університету, яке було проведено у 2017 році за темою «Глобальний порівняльний аналіз криптовалют» [3]. У цьому звіті розглянуто кілька секторів світової криптовалютної індустрії, куди входять біржі, гаманці, постачальники платіжних послуг, майнінгові пули та інші. Досліджувалися дані близько 150 криптовалютних компаній і експертів з 38 країн. За висновками дослідження криптовалюта стає все більш важливою частиною суспільства і роботи техніки по всьому світу. Технології криптовалют успішно використовують у біржових операціях для купівлі, продажу та торгівлі криптовалютою, у гаманцях для її зберігання, при здійснені платежів у крпитовалюті, для емісії при розрахунку необхідних хешей. Загальна кількість криптовалют станом на вересень 2017 року становить понад 1200, а їх комбінована ринкова капіталізація (тобто ринкова ціна, помножена на кількість існуючих грошових одиниць) у всіх криптовалютних валютах з початку 2016 р. зросла більш ніж утричі і досягла 27 млрд. доларів у квітні 2017 р. (рис. 1). Порівняно низька, але незначна частка вартості виділяється на клони біткоїна (тобто "altcoins"), тоді як значна частка була розподілена на інноваційні криптовалюти. Сьогодні в світі існує 5,8-11,5 мільйонів облікових записів у криптовалютах та від 2,9 до 5,8 мільйонів унікальних користувачів такого облікового запису [3]. Так, судячи з дослідження, кількість людей, які використовують криптовалюту зросла і наближається до населення невеликої країни – від 2,9 до 5,8 мільйонів чоловік. Більшість є жителями Північної Америки і Європи.

Можна відзначити те, що кількість унікальних активних біткоїн-гаманців з початку 2017 року коливалися в межах між 5,8 млн. і 11,5 млн. Аналогічні показники за кількістю активних гаманців у 2013 році перебували в проміжку між 0,6 млн і 2,6 млн. Загальна кількість гаманців, включаючи неактивні, в 2013 році оцінювався в 8,2 млн, однак в 2016 році цей показник зріс більш ніж у чотири рази і становив майже 35 млн. 81% провайдерів гаманців базується в Північній Америці і Європі, однак на ці регіони припадає лише 61% користувачів (31% в Європі і 30% у Північній Америці). 20% користувачів проживають в Азіатсько-тихоокеанському регіоні і ще 13% – в країнах Латинської Америки.

Ще одним ключовим висновком дослідження стало те, що найбільш поширеним серед пропонованих на сьогоднішній день видів гаманців є додатки для мобільних пристроїв (65%), десктопні програми пропонують 42% провайдерів, веб-додатки – 38%.

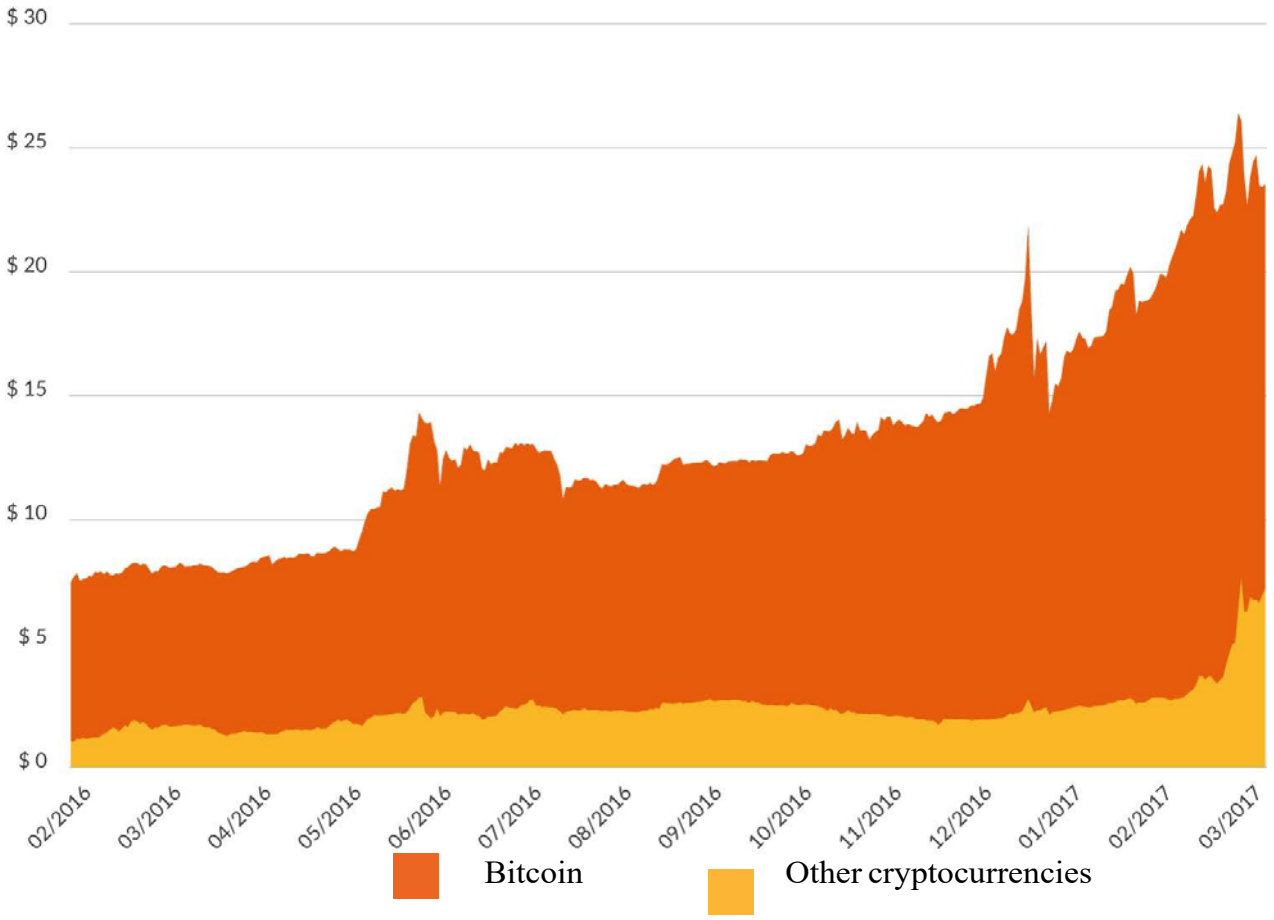


Рис. 1. Загальна капіталізація криптовалютного ринку з початку 2016 року [3]

Майже чверть всіх провайдерів (23%) пропонує користувачам апаратні гаманці. Одночасно з цим 56% всіх провайдерів гаманців – не обмежується виключно зберіганням криптовалюти і пропонує додаткові функції та сервіси, наприклад, моментальну покупку, в тому числі і за національні валюти. У середньому, дві третини загального обсягу транзакцій займають перекази з національної валюти в цифрову, в той час як перекази всередині і національної валюти в цифрову займають 27% і 6% відповідно.

По зрозумілим причинам ріст популярності криптовалют, зокрема біткоїна, викликає певне занепокоєння в банківських колах і фінансових організаціях. Навіть беручи до уваги, що використання біткоїнів як і раніше обмежене, в основному, завдяки малій швидкості впровадження, його переваги перед існуючою грошовою системою досить добре відомі. Основна інновація полягає в тому, що з'явилася можливість формування фінансових транзакцій без використання офіційних фінансових каналів. За рахунок цього аналітики пророкують серйозне зростання цього сегменту ринку. Так, за прогнозом компанії Gartner, до 2020 г. оборот бізнесу, заснованого на блокчейні, досягне 10 млрд доларів США [4].

Серйозним недоліком криптовалют в міжнародному масштабі є відсутність правового статусу, що обумовлює проведення операцій з ними поза полем правового регулювання і контролю держави. У поєднанні з анонімністю це дозволяє використовувати криптовалюти в нелегальних схемах виведення

капіталу, легалізації (відмиванні) доходів, одержаних злочинним шляхом, фінансування тероризму, торгівлі наркотиками, зброєю, та ін.

Разом з тим, в ряді країн офіційно дозволені операції з біткоїнами, ведеться робота над вдосконаленням контролю і правового регулювання в цій сфері. Зазвичай вони розглядаються як товар або інвестиційний актив і для цілей оподаткування підпорядковані відповідному законодавству. Світовий досвід свідчить, що криптовалюту можна купити, продати, зберігати, інвестувати, конвертувати в тверду валюту. У жовтні 2015 року за рішенням Європейського суду транзакції в біткоїнах віднесені до платіжних операцій з валютами і не підлягають оподаткуванню ПДВ. У Німеччині в 2013 р біткоїни були класифіковані як приватні гроші і визнані в якості розрахункової грошової одиниці, продаж біткоїнів обкладається ПДВ, а будь-який прибуток від операцій з біткоїнами – прибутковим податком. У Швейцарії на криптовалюти діють такі ж правила, як і на іноземні валюти. В Японії з березня 2016 р. біткоїни є законним платіжним засобом. У Китаї операції з біткоїнами заборонені для банків, але дозволені для фізичних осіб, при цьому Китай є лідером в області майнінгу. У Сінгапурі з 2014 року операції з біткоїнами прирівняли до операцій, що оподатковуються на товари і послуги. За законодавством США криптовалюта віднесена до класу фізичних товарів, по законам КНР - це цифровий товар. Криптовалюта впроваджена в Німеччині, Великобританії, Фінляндії, Швеції, Гондурасі, на островах Маврикій і Мен та ряді інших країн.

В Україні перспективи легалізації криптовалют досить туманні. Станом на сьогодні, відповідно до ч. 1 ст. 99 Конституції України, грошовою одиницею України є гривня. Згідно з п. 3.3 ст. 3 Закону України від 05.04.2001 р. №2346-III «Про платіжні системи та переказ коштів в Україні», ч. 1 ст. 3 Декрету Кабінету Міністрів України «Про систему валютного регулювання і валютного контролю» №15-93 від 19.02.1993 р., гривня як грошова одиниця України (національна валюта) – це єдиний законний платіжний засіб в Україні, що приймається усіма фізичними та юридичними особами без будь-яких обмежень на всій території України для проведення переказів. Відповідно до пп. 14.1.93 Податкового кодексу України, під коштами розуміється гривня або іноземна валюта. Випуск та обіг на території України інших грошових одиниць і використання грошових сурогатів як засобу платежу забороняються (частина друга статті 32 Закону України "Про Національний банк України").

Враховуючи зазначене вище, Національний банк України розглядає "віртуальну валюту/криптовалюту" Bitcoin як грошовий сурогат, який не має забезпечення реальною вартістю і не може використовуватися фізичними та юридичними особами на території України як засіб платежу, оскільки це протирічить нормам українського законодавства [6].

Таким чином, з огляду на вище сказане, проблемним виявляються навіть операції з грошовими коштами, джерелом походження яких є криптовалюта (її купівля чи продаж). Крім того, оскільки функціонування системи криптовалюти відбувається децентралізовано в розподіленій комп'ютерній мережі та не може бути підконтрольною державі, то обіг такого засобу платежу

не може бути підконтрольний і належним чином врегульований. Якщо взяти до уваги процес майнінгу як процес збільшення обсягів криптовалюти, а отже, об'єму переведених фіатних грошових коштів у неконтрольовану ніким сферу, відповідно, такий процес призведе до ще більшого знецінення національної валюти через все більший розмір вкладень фіатної валюти в криптовалюту.

Якщо говорити про перспективи врегулювання криптовалюти як засобу платежу чи валютної цінності в Україні у майбутньому, то такий варіант, зважаючи на економічний ефект, дуже малоймовірний, оскільки в умовах слабкої національної валюти це легко призведе до збільшення інфляційних процесів у державі, здешевлення національної валюти та до легкого обходу валютного законодавства, зокрема валютних обмежень щодо виведення валюти та цінностей закордон.

Хоча деякі кроки на законодавчому рівні вже здійснюються. Зокрема, наразі у Верховній Раді зареєстровано одразу два законопроекти, які стосуються правового статусу та обігу криптовалют: Проект Закону України від 10.10.2017 р. №7183-1 «Про стимулювання ринку криптовалют та їх похідних в Україні» (Автор законодавчої ініціативи С. Рибалка); Проект Закону України від 06.10.2017 р. №7183 «Про обіг криптовалюти в Україні» (Автори законодавчої ініціативи: І. Єфремова, Л. Денісова, І. Котвіцький, І. Рибак, С. Войцеховська).

Проект Закону України від 10.10.2017 р. №7183-1 «Про стимулювання ринку криптовалют та їх похідних в Україні» визначає криптовалюту як децентралізований цифровий вимір вартості, що може бути виражений в числовому вигляді та функціонує як засіб обміну, збереження вартості або одиниця обліку, що заснований на математичних обчисленнях, є їх результатом та має криптографічний захист обліку. Криптовалюта для цілей правового регулювання вважається фінансовим активом.

Законопроектом №7183 «Про обіг криптовалюти в Україні» визначається, що криптовалюта – це програмний код (набір символів, цифр та букв), що є об'єктом права власності, який може виступати засобом міни, відомості про який вносяться та зберігаються у системі блокчейн як облікові одиниці поточної системи блокчейн у вигляді даних (програмного коду). При цьому в проекті зазначається, що до криптовалюти застосовуються загальні норми, які розповсюджуються на право приватної власності, а до криптовалютних транзакцій застосовуються загальні положення про договір міни, відповідно до законодавства України.

На нашу думку, обидва законопроекти потребують додаткового доопрацювання, передусім, з огляду на те, що потрібно паралельно вносити зміни в інші законодавчі акти, які регулюють суміжні правовідносини (зокрема, до Цивільного кодексу України), надавши визначення і правовий статус криптовалюти як особливого об'єкта цивільно-правових відносин.

Зазначимо основні переваги та ризики використання технологій криптовалют в Україні. До переваг можна віднести зростання попиту на ці технології у світі, певна надійність та безпека технології за рахунок використання криптоалгоритмів та розгалужених реєстрів. Незважаючи на

певні переваги використання технології криптовалют, існує перелік ризиків використання цих технологій. До них можна віднести відсутність міжнародних та національних стандартів, які регламентують вимоги до зазначених технологій та засобів їх забезпечення/оцінки надійності та безпеки, відсутність законодавчої бази та відповідних постанов Національного банку України, які б регламентували правила розрахунків з використанням криптовалют, її емісії, ліцензування установ, які забезпечують підтримку розрахунків у криптовалюті. Слід врахувати, що різноманіття технології криптовалют зростає з кожним роком, а це вимагає певних механізмів їх адаптації.

Як висновок, хочеться зауважити, що світ грошей і фінансів постійно трансформується. Оцифровані активи та інноваційні фінансові канали, інструменти та системи створюють нові парадигми для фінансових операцій та формування альтернативних капіталовкладень. Криптовалютні технології забезпечують зниження транзакційних витрат, полегшують засвідчення ідентифікації і репутації учасників угоди, дозволяють підтримувати спілкування і довіру між сторонами.

З метою мінімізації ризиків використання криптовалюти в Україні можна запропонувати наступні першочергові заходи:

- остаточне визначення юридичного статусу криптовалют для формування відповідальними органами подальших підходів до регулювання цієї сфери;
- формування у населення компетенцій в області кібербезпеки, фінансової грамотності та протидії відмиванню грошей і фінансуванню тероризму.

Таким чином можна констатувати, що технології криптовалют можуть та повинні розвиватися в Україні в рамках «Цифрової адженди України - 2020», але цей розвиток має бути підготовлений з урахуванням зазначених ризиків.

Література:

1. Цифрова адженда України 2020 – Цифровий порядок денний 2020 (https://ucci.org.ua/uploads/files/58e78ee3c3922.pdf)
2. Офіційний сайт Біткоін-статистики [Електронний ресурс]. – Режим доступу: https://coin.dance/stats
3. Hileman,G. and Rauchs, M. (2017), Global Cryptocurrency Benchmarking Study, Cambridge Judge Business School (https://www.jbs.cam.ac.uk/fileadmin/user_upload/research/centres/alternative-finance/downloads/2017-global-cryptocurrency-benchmarking-study.pdf)
4. Вейнбер Н. Десятка прогнозов Gartner: цифровая революция продолжается. URL: http://www.computerworld.ru/articles/Desyatka-prognozov-Gartner-tsifrovaya-revolyutsiya-prodolzhaetsya
5. Банковский сектор ненавидит биткоин, но желает оставить блокчейн. URL: http://getcoin.today/bankovskiy-sektor-nenavidit-bitcoin
6. Рекомендації Вищої експертної ради при Раді Національного банку України «Стосовно сутності криптовалют, перспектив їх розвитку та ризиків використання»

6. ACCOUNTING, ANALYSIS AND AUDIT

Arjeta Hallunovi,
Dr., Lecturer, Finance-Accounting Department, Faculty of Business,
Aleksander Moisiu University, Durres
Marsida Ismaili,
Dr., Vice Dean, Faculty of Political and Legal Sciences,
Aleksander Moisiu University, Durres
Alma Shahini
PhD. Candidate Finance Chief,
Sinani Shpk

CREATIVE ACCOUNTING AND FINANCIAL REPORTING IN ALBANIA

Abstract. *Although many financial scandals have occurred due to the use of fraudulent accounting practices, companies still use these practices to prepare and present financial reports. Due to the increased level of competition, lack of market sustainability, shortcomings in accounting standards and other regulations, creative accounting practices are prevailing in the company. Many scholars have done research on this topic with different variables and different economic environments. Since in Albania this kind of accounting is scarcely addressed by scholars or academics, it was important to make a study to bring about the creative accounting in the Albanian reality. As the Albanian economy is still unstable, its problems are numerous, a number of problems related to financial reporting come as a result of manipulative behaviors, poor ethics of individuals, rules and state policies often unclear.*

The purpose of this paper is not only to understand the importance of ethics in financial reporting, but also to highlight the factors that cause unethical accounting practices and how to limit the factors that cause unethical practices in creative accounting.

Keywords: *Albania, Balance Sheet, Creative Accounting, Ethics, Financial Reporting.*

Introduction

Aggressive accounting, revenue reduction, profit management and inventory accounting are the financial reporting frauds used to moderate the company's financial statements to encourage investors to buy the company's shares to increase the firm's market value (Mulford and Comiskey, 2002). These creative accounting accounting practices are called "art of counterfeiting balance", "art of balance calculation", "art of balance presentation" and last but not least important "art of money saving" (Fischer and Rosenzweig, 1995). In this contest of making money through such practices, sometimes ethics and morality are not given the proper significance. However, the main role of ethics and morals can not be denied, because by not pursuing ethics, success turns out to be temporary and short-term. Some firms and managers cheat investors by falsifying financial records. The type of financial manipulation has no place when studying ethics in creative accounting (Vladu and Cuzdriorean, 2013). Thus, it can not be denied the importance of creative accounting ethics in financial reporting. That is why fair and honest attitude must be kept in mind as financial reporting becomes (Amat and Gowthorpe, 2004). Much of the stakeholders are unable to disclose or understand the games of financial numbers because they have no knowledge about accounting or about bookkeeping creativity. So these individuals are not able to do detailed analysis (Breton and Taffler, 1995).

The purpose of the ethics in financial reporting with forecasting accounting standards is to redefine the enterprise on the path of being ethical so that it can help gain the trust of company service users (Okafor, 2006). The idea of corporate governance came after the major barriers that stemmed from unethical accounting behaviors. Thus corporate governance discourages accounting manipulation. Within the economic studies there is an alliance between corporate governance and creative accounting (Afolabi and Oluseye, 2013).

Literture review

For creative accounting is written much in the world. An anglo-saxon is the first person who wrote about creative accounting in his literature in the 1970s. Watts and Zimmerman (1990) write about creative accounting practices and provide guidance on positive creative accounting. In the same way Shah et al. (2011) concludes that creative accounting is a weapon used in a critical situation of a firm. They also conclude that creative accounting is not so bad if the firm shows some flexibility in its accounting rules. It also depends on the ethical environment of each firm how and why management is using creative accounting techniques as a weapon. Some analysts point to the dark side of creative accounting practices. They think that obstacles are mainly due to unethical accounting behaviors, such as Enron and WorldCom, etc.. Gherai and Balaciu (2011) write in their literature that enterprise shares are at risk when enterprises enjoy creative accounting practices . Because these practices only give benefits in the short run. In the end, the company would be surrounded by scandals. So, there is a need for close scrutiny of financial reporting. Jameson (1988) also concludes that management should try to find all the causes that may provoke creative accounting practices.

Managers and auditors play an important role in each firm. In the end managers receive rewards from the company's performance. Close auditing of auditors can reduce opportunities for using creative accounting. Yadav (2013) says involvement of external executives could reduce inventory accounting practices. The more external users, the lower their creative accounting practices. Kassem (2012), says the involvement of professionals in financial decisions can create trust in stakeholder engagement. So, qualified accountants can help companies use creative accounting techniques. It is difficult for people to make the difference between profit and fraud management. An external auditor should be able to distinguish between the two. Auditors should identify whether it was a fraud or a financial error that caused the loss and to stop the fraud in the future, the auditor should disclose the methodology used by the person who committed the fraud and so that auditors reach the most appropriate conclusions accurate, the company's owner must provide the necessary information and help as much as he can.

Yadav et al. (2014) also shows ways that help to reduce the effect of creative accounting on the balance sheet. They represent a rather positive picture of creative accounting practices. According to them, creative accounting practices may arise due to the agency's problem. Al Momani and Obeidat (2013) consider how an auditor is ethically capable of revealing creative accounting practices. They also reveal how auditor ethics can affect the creative accounting practices. According to Revsine (1991) corporate governance depends on corporate structure, directors and their

participation in management. So a good audit structure denies creative accounting practices. That is why corporate governance is a good way to control unethical accounting practices. Efiok and Eton (2012) explain how manipulation of accounts may affect the stock market price and the firm's capital. Macroeconomic manipulation increases the risk of investors who may suffer losses. While Lin and Yang (2006), describe user manipulative behaviors, and also talk about how creative accounting practices can be useful to users as they can lead them into crisis. Naser (1993) considered that freedom in choosing methods related to various accounting records such as depreciation calculation, stock estimates, etc., allows managers to pass on results by taking advantage of the rules. Schipper (1989) found that inventory accounting practices involve interfering in financial reporting by hiding various data for the company so as not to give a true and fair view of the company's performance. He suggested that in the long run this kind of practice would lower investor confidence and they could leave the company.

Griffiths (1986) noted that every company involved in the study manipulated its profits. This is the biggest fraud the companies use, and this fraud is legitimate, but is the unethical behavior of companies. Barnea (1976) noted that with the help of creative accounting, companies could manage their short-term income that seemed attractive but in the long run would cause problems that could lead to the fall of the company.

Analysis of results

This research is based on quantitative data, primary and secondary data are used. Primary data has been collected through a structured questionnaire, while secondary data are collected from various published sources. The questionnaire was generated by the study of Lin and Yang (2006). Data was collected from the service sector through the questionnaire. The sample was about 70 respondents, but there are received only 51. The questionnaire was structured with structured questions and distributed to accountants, managers and auditors of various albanian firms operating in the services market. Multiple regression analysis and correlation are performed to find the relationship between dependent and independent variables. For each raised hypothesis, it is considered a dependent variable that is the same for all hypotheses and an explanatory variable. The study data is processed through the SPSS 19 program, mainly the linear methods and descriptive methods.

The main questions to be answered during the study among the hypotheses raised are:

1. Does the use of creative accounting techniques influence financial reporting?
2. Do government regulations have a positive impact on financial reporting?
3. Does the auditor's comments have significant impact on financial reporting?
4. Do the ethical values of financial statements drafters have an impact on financial reporting?
5. Do affecting manipulative behavior reduce the reliability of the financial statements?

The first hypothesis raised in this study is about the relationship and impact of creative accounting with credibility in the financial statements. Increasing creativity increases the likelihood of manipulation and reduces the reliability of financial

statements. Theoretically, we must have a negative link, so increasing the application of financial creativity reduces credibility in the financial statements. From the table below it is noted that the elevated hypothesis is confirmed after Fisher's coefficient is higher than 5, ie 10 and the level of signature is 0.038, ie less than 0.05 (tables 1 and 2).

Table 1

Anova Table, Creative Accounting and Reliability in the Financial Statements

Model		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	0.428	1	0.428	10.190	0.038b
	Residual	0.125	3	0.042		
	Total	0.653	4			

Source: Author's calculations

Table 2

Testing Coefficients, Creative Accounting and Credibility in the Financial Statements

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	0.024	0.136		0.181	0.868
	Creativ	-0.878	0.501	0.711	1.753	0.038

Source: Author's calculations

The second hypothesis seeks to confirm that there is a positive relationship between government rules and credibility in the financial statements. The statistical indicators (tables 3 dhe 4) confirm this hypothesis. The signature level of 0.012 is lower than the confidence level of 0.05 with which this test was performed. Also, the Fisher 8.470 test that is larger than 5 indicates that the model and connection as a whole is significant.

Table 3

Anova Table, Government Rules and Credibility in the Financial Statements

Model		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	0.483	1	0.483	8.470	0.012b
	Residual	0.170	3	0.057		
	Total	0.653	4			

Source: Author's calculations

Table 4

Testing Coefficients, Government Rules and Credibility in the Financial Statements

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	Sig.
		B	Std. Error	Beta	
1	(Constant)	-0.031	0.218		0.897
	Gov. Rules	1.154	0.951	0.573	0.012

Source: Author's calculations

The third hypothesis of the study relates to auditors' comments and their impact on the reliability of the financial statements. In raising the hypothesis it is assumed to

have a positive impact on increasing the reliability of the financial statements (tables 5 and 6).

Table 5

Table Anova, Auditor's Comments and Reliability in the Financial Statements

Model		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	0.125	1	0.125	2.937	0.185b
	Residual	0.128	3	0.043		
	Total	0.253	4			

Source: Author's calculations

Table 6

Testing Coefficients, Auditor Comments, and Credibility in the Financial Statements

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	0.022	0.139		0.160	0.883
	Auditors	0.889	0.518	0.703	1.714	0.185

Source: Author's calculations

Testing the hypothesis tells us that there is a positive relationship but that is not important. This is because Fisher's indicator and the level of signaling are not at the required level. The Fisher test from level 5 required is 2.9, while the level of significance from 0.05 required is 0.185.

The Code of Ethics to be Applied by Authorized Persons for Reporting Financial Statements is very important. Following the principles of ethics, theoretically increases the credibility in the financial statements. But considering the Albanian environment and linking it to the reality where the high level of informality is accepted and supported by the compilers of the financial statements, we believe that the hypothesis that the implementation of the ethics code increases the reliability of the financial statements and has a positive relationship (tables 7 and 8).

Table 7

Anova Table, Code of Ethics and Reliability in the Financial Statements.

Model		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	0.230	1	0.230	29.237	0.012b
	Residual	0.024	3	0.008		
	Total	0.253	4			

Source: Author's calculations

Anova's table tells us that Fisher's coefficient is quite high, 29 of a minimum of 5, which makes the model credible. From the table of coefficients we see that the level of importance is 0.012, lower than 0.05, so this coefficient indicates that the model is important.

Table 8

Testing Coefficients, Code of Ethics and Credibility in the Financial Statements

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	Sig.
		B	Std. Error	Beta	
1	(Constant)	-0.037	0.059		0.574
	Ethics	1.186	0.219	0.952	0.012

Source: Author's calculations

Thus, the positive relationship between the code of ethics and credibility in the financial statements is a strong positive link that is confirmed by statistical indicators. So the fourth hypothesis is verified as correct. The fifth hypothesis of the study deals with manipulative actions and their impact on the reliability of the financial statements. In raising the hypothesis it is assumed to have a negative impact on lowering the reliability of the financial statements (tables 9 and 10).

Table 9

Anova Table for Manipulations and Credibility in the Financial Statements

Model		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	0.265	1	0.265	9.137	0.008[b]
	Residual	0.088	3	0.029		
	Total	0.353	4			

Source: Author's calculations

Statistical indicators clearly show that there is a negative correlation between manipulation actions in the financial statements and their credibility. The level of signage in the test is less than 0.05, which makes this test reliable. Also, the Fisher coefficient is larger than 5, which also confirms the importance of the model. So the first hypothesis that there is a negative link between manipulation and credibility in the financial statements is accepted.

Table 10

Test Coefficients, Manipulations and Credibility in the Financial Statements

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	Sig.
		B	Std. Error	Beta	
1	(Constant)	-0.013	0.118		0.018
	Manipulations	-1.066	0.448	0.808	0.008

Source: Author's calculations

From the raised hypotheses in the paper there are accepted four of them and only one is rejected, as follow:

H1 - Accounting creativity affects the level of reliability of the financial statements. - The hypothesis is verified and accepted.

H2 - Government rules have a positive impact on the level of reliability of the financial statements. - The hypothesis is verified and accepted.

H3 - Auditor's comments have a positive impact on the level of reliability of the financial statements. -The hypothesis is not verified, so it is rejected.

H4 - Code of Ethics, have a positive impact on the level of reliability of the financial statements. - The hypothesis is verified and accepted.

H5 - Manipulations in the financial statements have a negative impact on the level of reliability of the financial statements. - The hypothesis is verified and accepted.

Conclusions

A person cannot eliminate the use of creative accounting techniques, but can reduce their use. First, as proposed in the model, this paper presents the two sides of creative accounting. Here we highlight why companies use adversely the creative accounting techniques. A pact is involved in fraud or scandal due to factors such as unethical behavior, the agency's problem, non-professional behavior. Unethical behavior is a cause of the lack of moral values, which can be both individual and professional, and the other is the injustice that makes the various individuals involved in fraud. The agency problem is another cause of crossing the boundaries of laws or regulations. When managers do not receive satisfactory rewards on their part, then they use creative accounting techniques only for their own interest. Non-professional behavior of individuals may be a cause for crossing the boundaries of laws or regulations. This happens when the wrong person is in the wrong position, which means there is a lack of knowledge and lack of awareness of creative accounting techniques. This paper highlights that financial reporting is a key element of any company, for this the company should be as fair and real in drafting the financial statements as this would only give rise to continued credibility in the financial pacts and the value of a company on the market. The materialization of the art of financial statement compilation is one of the main reasons for using creative accounting techniques, which means that different individuals tend to apply these techniques to have a company's best condition in the eyes of the third parties, but anyway, as these techniques are considered easy to use, they are just as easy to find. Given that such an opinion exists, the drafters of financial statements are limited to their use because if the use of these techniques were discovered. The main manipulators according this paper are the accountants, this is also related to the fact that accountants are the direct compilers of the financial statements and they are in charge of manipulating, amending or modifying the financial statements and therefore in the eyes of the respondents are seen as the responsible party. But also a considerable weight occupy the managers as a part affected directly in their personal income from the company's income. Managers for the reason of their personal rewards and the pressure for a company's best performance tend to apply creative accounting techniques to improve the company's performance in the eyes of managers, investors or financiers.

Managers for the reason of their personal rewards and the pressure for a company's best performance tend to apply creative accounting techniques to improve the company's performance in the eyes of managers, investors or financiers. This paper also reveals some other points that limit the application of creative accounting practices. Corporate governance can control the use of creative accounting practices because it is the eye that controls all the activity of a firm. If companies increase their number of external executives, it will have an increase in the company's social responsibility because it will be responsible for many people. If the company would have a director from outside the company this could reduce inventory accounting practices. According to the results of the work, creative accounting is neither

legitimate nor illegal, but its high use pushes the company towards scandals. If the company strengthens external auditors, it can reduce the use of creative accounting techniques. External auditors are seen as the most reliable party in providing estimates and comments on the performance and veracity of a company's financial statements. This is because they are the least affected party from a company's internal state and would not be affected by objective interests or trials. Their recommendations and ratings are closer to the reality of a company. This paper explains the relationship between creative accounting practices, government rules/international standards, the role of auditors, ethical values and manipulative behaviors in financial reporting. Reliability in financial reporting is influenced by some factors that are being tested in the paper, such as the use of creative accounting techniques, government rules and international standards, the ethical values of individuals and their manipulative behavior. Meanwhile, the hypothesis is rejected that auditors' comments have an impact on the validity of the financial statements. Creative accounting and its use play an important role in financial reporting, but there is a negative link between these two variables, which means that increasing the use of creative accounting will reduce the validity of the financial statements.

Creative accounting has a wide impact in many areas and its use would affect many interest groups that would use the company's financial statements. Investors would be the first to be affected by presenting a firm's unrealistic situation that would lead them to growing firm expectations, a lower risk perception and this would lead to a wrong investment. Firm financiers are another category that is affected by the use of creative accounting techniques. Where in the case of banks there is a very high risk of wrong customer selection. These financial statements manipulated by creative accounting techniques would make it a more attractive firm in the bank's eyes to finance it. Governmental Rules/International Standards have an important role in the validity and reliability of the financial statements. There is a positive relationship between Governmental Rules/International Standards and Financial Standards, which means that their growth, strengthening and appreciation would increase confidence in financial reporting. This is an indispensable element in the Albanian economic reality, where government rules are often unclear, often unclear and the credibility in the financial statements that are declared or presented to the state and to investors or financiers is almost zero. Ethics plays an important role in the reliability of financial statements. There is a positive relationship between ethics and financial reporting, which means that good ethics, high ethical values of corporate executives and financial compilers would increase confidence in financial reporting and increased financial statements' availability. Manipulative behavior also plays an important role in financial reporting, but there is a negative link between them. Which means the higher manipulative behaviors within a company, the more the feasibility and validity of the financial statements will decrease. Often, manipulative behaviors have led the company into big scandals and fraud. So it is obvious that manipulative behaviors only ruin the image and credibility of the company.

References:

1. Afolabi, A., Oluseye, M. (2013), Effect of financial reporting on investment decision making of manufacturing firms in nigeria. European Journal of Humanities and Social Sciences, 22(1), 1127-1142.
2. Al Momani, M.A. and Obeidat, M.I. (2013), The effect of auditors' ethics on their detection of creative accounting practices: a field study. International Journal of Business and Management, 8(13), 118-136.
3. Amat, O. and Gowthorpe, C. (2004), Creative accounting: nature, ıncidence and ethical ıssues. Journal of Journal of Business Ethics, 57, 55-64.
4. Barnea, A., Ronen, J., & Sadan, S. (1976). Classificatory Smoothing of Income with Extraordinary Items. The Accounting Review, 110-122.
5. Breton, G. and Taffler, R.J. (1995), Creative accounting and investment analyst response, accounting and Business Research, 25(98), 81-92.
6. Efiok, S.O. and Eton, O.E. (2012), Creative accounting and managerial decision on selected financial institutions in Nigeria. International Journal of Business Research and Management, 3(1), 35-47.
7. Fischer, M. and K. Rosenzweig: 1995, 'Attitudes of students and accounting practitioners concerning the ethical acceptability of earnings management', Journal of Business Ethics, 14, 433-44.
8. Gherai, D.S. and Balaciu, D.E. (2011), From creative accounting practices and enron phenomenon to the current financial crisis. Annales Universitatis Apulensis Series Oeconomica, 13(1), 34-41.
9. Griffiths, L. (1986). Creative Accounting, pp. 202. London: Sidgwick & Jackson.
10. Jameson, M. (1988). Practical Guide to Creative Accounting. London: Kong Page.
11. Kassem, R. (2012), Earnings management and financial reporting fraud: can external auditors spot the difference? American Journal of Business and Management, 1(1), 30-33.
12. Lin, J.W., Yang, J.S. (2006), The effect of audit committee performance on earnings quality. Managerial Auditing Journal, 21(9), 921-933.
13. Mulford, C.W. and Comiskey, E.E. (2002), The Financial Numbers Game, Detecting Creative Accounting Practices. Canada: John Wiley and Sons. Inc.
14. Naser, K.: 1993, 'Creative financial accounting: its nature and use' (Hemel Hempstead: Prentice Hall).
15. Okafor, G.O. (2006), The ethics of accountancy profession, Journal of Global Accounting, 2(1), 70-75.
16. Revsine, L.: 1991, 'The selective financial misrepresentation hypothesis', Accounting Horizons, December, 16-27.
17. Schipper, K. (1989). Commentary: Earning Management. Accounting Horizons, pp. 91-102.
18. Shah, S., Butt S. and Tariq, Y.B. (2011), Use or abuse of creative accounting techniques, International Journal of Trade, Economics and Finance, 2(6), 531-536.
19. Vladu, A.B. and Cuzdriorean, D.D. (2013), Creative accounting, measurement and behavior. Annales Universitatis Apulensis Series Oeconomica, 15(1), 107-115.
20. Watts, R.L. and Zimmerman, J.L. (1990), Positive accounting theory: a ten year perspective. Accounting Review, 65(1), 131-156.
21. Yadav, B. (2013), Creative accounting: a literature review. The SIJ Transactions on Industrial, Financial and Business Management, 1(5), 181-193.
22. Yadav, B., Kumar, A. and Bhatia, B.S. (2014), Concept of creative accounting and its different tools. International Journal of Management and Social Sciences Research, 3(2), 66-74.

Veriha N. V.
Doctor of Economics, Associate Professor
Audit firm "YUG-AUDIT", Ukraine

ASSET VALUATION IN INFLATION CONDITIONS

Верига А. В.
д.э.н., доцент
Аудиторская фирма «ЮГ-АУДИТ», Украина

ОЦЕНКА АКТИВОВ В УСЛОВИЯХ ИНФЛЯЦИИ

The article says about actual aspects of the impact of inflationary processes on the reliability of an estimation of non-negotiable assets and, as a consequence, on the effectiveness of their use. Indexation and overvalue of fixed assets are shown as important tools to overcome the negative influence of inflation

***Keywords**: asset valuation, inflation, efficiency*

В статье рассмотрены актуальные аспекты влияния инфляционных процессов на достоверность оценки необоротных активов и, как следствие, на эффективность их использования. Индексация и переоценка основных средств показаны как важные инструменты преодоления негативного влияния инфляции

***Ключевые слова**: оценка активов, инфляция, эффективность*

В ходе аудиторских проверок одними из ключевых являются вопросы проверки правильности учетных оценок, особенно в условиях инфляционных процессов. Анализ практики ведения бухгалтерского учета указывает на то, что объектами, которые наиболее ощутимо нуждаются в учете влияния инфляции для достоверной оценки, являются необоротные активы, в первую очередь – основные средства. Главной причиной этого является изменение справедливой стоимости необоротных активов в процессе длительной эксплуатации и под воздействием комплекса факторов, что усложняет определение их реальной стоимости на дату баланса. Следствием неправильной оценки основных средств является искажение валюты баланса, финансового результата и показателей, которые характеризуют эффективность производства. Искажение показателей на уровне предприятия оказывает на уровне региона или отрасли уже кумулятивный эффект. Актуальность проблемы подтверждается постоянным вниманием к ней ученых и практиков [1–5].

Среди всех факторов влияния инфляция является однозначно негативным, при этом она единственная способствует повышению справедливой стоимости основных средств. Однако необходимость ее учета не противоречит принципу осмотрительности, который требует от бухгалтера использования методов оценки, которые, в частности, предотвращают завышение оценки активов предприятия.

С целью повышения достоверности оценки объектов бухгалтерского учета, известны два метода противодействия негативному влиянию инфляции – индексация и переоценка.

Невзирая на добровольность проведения переоценки основных средств в финансовом учете и наличие некоторых нежелательных моментов, связанных

с ней (большая трудоемкость и дополнительные расходы), делать ее целесообразно, поскольку:

1. В случае проведения переоценки пользователям будет предоставляться полная, правдивая и непредвзятая информация относительно основных средств и их отражения в финансовой отчетности предприятия, чего и требуют нормы бухгалтерского законодательства;

2. В случае приближения остаточной стоимости основных средств к справедливой, которая в условиях инфляции постоянно растет, происходит увеличение стоимости активов предприятия, а, соответственно, и собственного капитала, который положительно влияет на решения потенциальных инвесторов предприятия;

3. Применение переоценки позволяет обоснованно определять себестоимость продукции и увеличивать размер амортизационных отчислений, который обеспечит возобновление основных средств предприятия.

Параллельно с бухгалтерским финансовым, в налоговом учете также предусмотрена переоценка (до 2011 г. – индексация) основных средств, однако она проводится совсем в другом порядке и в другие сроки.

В отличие от переоценки в финансовом учете, налоговая переоценка проводится: только после окончания года; только балансовой стоимости групп основных средств, а не отдельных ее объектов; только при условии, что годовой индекс инфляции был больше 110 %, что делает невозможным проведение «налоговой уценки». Проводить ли налоговую переоценку – выбирать плательщику налога. Однако, этой возможностью стоит воспользоваться, поскольку переоценка основных средств увеличивает их стоимость, которая в свою очередь увеличивает амортизационные отчисления, а это уменьшает налогооблагаемую прибыль.

Среди основных средств особенное место занимает земля как объект учета и переоценки, в отношении которой предусмотрено несколько видов оценки, как ее качества, так и стоимостной. В связи с инфляционными процессами в экономике страны, и с изменениями характеристик земельных участков, актуальным является уточнение методик нормативной денежной оценки земли. В противном случае государство будет получать сумму налога, которая с каждым годом будет все меньше соответствовать назначению земли как актива.

Методы противодействия негативному влиянию инфляции – используемая в налоговом учете и предусмотренная в финансовом учете переоценка – отличаются по ряду факторов: обязательность, частота, сроки и условия проведения; величины, учитываемые при расчете; показатели корректировки стоимости; применение индекса; результат.

Анализ практики оценки активов в финансовом и налоговом учете, в контексте влияния качества оценки на эффективность их использования в условиях инфляции указывает на ряд проблем, среди которых обозначены следующие:

громоздкий и требующий квалифицированного подхода механизм переоценки, с одной стороны, и необязательность ее осуществления, с

другой, толкает менеджмент предприятий на пренебрежение ее процедурой. Это приводит к несопоставимости учетных оценок, применяемых разными субъектами хозяйствования;

несогласованность законодательной и нормативной базы переоценки искажает финансовую информацию, а также создает базу для креативного, в негативном понимании, подхода к учету и манипулирования учетными данными;

отсутствие единого подхода относительно использования индексов инфляции препятствует объективному учету влияния инфляционных процессов на изменение справедливой стоимости необоротных активов, в частности, основных средств;

отличия в налоговом и финансовом учете дают разный результат переоценки при одинаковых условиях.

Указанное приводит к искажению данных в финансовых отчетах, что негативно влияет на решения пользователей всех уровней. Поэтому актуальной задачей и направлением дальнейших исследований является разработка единого алгоритма, который учитывает влияние инфляции на оценку и переоценку активов, в первую очередь – необоротных, в учете.

В этом контексте считаем, что на предприятии (в организации) параллельно с переоценкой в налоговом учете нужно проводить переоценку и в финансовом. Делать это целесообразно, поскольку при условии приближения остаточной стоимости основных средств к справедливой происходит увеличение стоимости активов предприятия и, опосредованно, собственного капитала. В конечном итоге, рост капитализации положительно влияет на инвестиционную привлекательность отдельного предприятия и региона в целом. Кроме того, позитивным моментом применения переоценки является обоснованность и достоверность показателя себестоимости продукции, а также увеличение размера амортизационных отчислений, обеспечивающего возобновление необоротных активов, в частности основных средств.

Решение обозначенных задач создаст предпосылки для повышения рациональности и эффективности использования активов, как материальных, так и нематериальных, на всех уровнях.

Литература:

1. Безверхий К. Особливості переоцінки основних засобів: міжнародний та український досвід Бухгалтерский учет и аудит / К. Безверхий // Бухгалтерський облік і аудит: науково-практичний журнал. – 2016. – № 1. – С. 11–15.
2. Голов С. Креативный учет – угроза профессии и обществу [текст] / С. Голов // Бухгалтерский учет и аудит: научно-практический журнал. – 2011. – № 1. – С. 31–41.
3. Жарикова О. О. Оценка необоротных активов: направления развития украинских стандартов учета / О. О. Жарикова // Финансы, учет, банки. – 2010. – № 1(16). – С. 127–135.
4. Остап'юк Н. А. Розвиток теорії та методології облікового відображення інфляційних процесів: монографія [текст] / Н.А. Остап'юк. – Житомир: ЖДТУ, 2012. – 348 с.
5. Чалый И. Оценка основных средств: две модели, два образа отчетности / И. Чалый // Вестник МСФО. – 2015. – № 26 от 15.12.2015 [Электронный ресурс]. – Режим доступа: http://ifrs.ligazakon.ua/magazine/900088.

Zahariev P.Z.
PhD, Chief Assistant Professor
Department of Accounting,
University of Economics, Varna, Bulgaria

ABOUT SOME MODERNIZING ASPECTS OF THE CONTEMPORARY ACCOUNTING CONCEPT

Захариев П.З.
доктор, главен асистент
Катедра „Счетоводна отчетност”,
Икономически университет-гр.Варна, България

ОТНОСНО НЯКОИ МОДЕРНИЗИРАЩИ АСПЕКТИ НА ПРОЯВЛЕНИЕ НА СЪВРЕМЕННАТА СЧЕТОВОДНА КОНЦЕПЦИЯ

The article discusses some aspects of the modernization of the traditional concept of accounting. In particular, it focuses on the opportunities for modernizing the conceptual framework of accounting, the profound organizational and methodological rethinking of the accounting function in the system of internal corporate financial management, as well as the most up-to-date accounting guidelines - the business model of the enterprise and the concept of integrated reporting.

Keywords: *accounting, modernization, conceptual framework, business model, integrated reporting*

Статията разглежда някои аспекти на модернизация на традиционната представа за счетоводството. В частност се акцентира върху възможностите за модернизиране на концептуалната рамка на счетоводството, дълбокото организационно и методологическо преосмисляне на счетоводната функция в системата на вътрешно-корпоративно финансово управление, както и върху най-съвременните насоки на счетоводството-бизнес моделът на предприятието и концепцията за интегрираната отчетност.

Ключови думи: *счетоводство, модернизация, концептуална рамка, бизнес модел, интегрирана отчетност*

Без да се претендира за изчерпателност, модернизацията на концептуалните рамки на счетоводството може да се търси следните основни направления:

1. *Нови предизвикателства пред динамичността на традиционната счетоводна концепция*. Безспорно, счетоводството е било една относително устойчива система от принципи, подходи и знания и именно концептуалните й рамки са онези фундаментални принципи, които поддържат нейната цялостност като информационна система и най-трудно следват промените в икономическата и юридическата среда. В счетоводната теория могат да се очертаят три кръга, в различна степен отразяващи динамизма, който предлага икономическата и правната действителност:

а) Ядрото на счетоводната теория са *счетоводните концепции и предположения*, онези фундаментални идеи, които трудно се поддават на влиянието дори на изключително динамични промени в стопанската практика и в нейните юридически основи и по правило са индиферентни към тях;

б) Вторият, по-външен слой на счетоводната теория е формиран от *счетоводните принципи (ръководни правила)*, насочени към специфични

счетоводни проблеми. Те са значително по-многобройни от концепциите и са по-лесно адаптируеми към икономическите и нормативните условия, както и към промените в самата счетоводна технология. Именно тук, в междинния слой на концептуалната счетоводна рамка счетоводните постулати стават често общоприети, закрепени в нормативен акт, като се превръщат и в принципи на счетоводната политика, защото самото понятие „политика" предполага гъвкавост, адаптивност, динамизъм, алтернативен избор на подходи и счетоводни процедури, както и определен модел на поведение на счетоводния персонал. Колкото по-тясно са дефинирани ключовите счетоводни принципи, толкова по-ограничена е свободата на избор на счетоводно поведение; толкова по-трудно счетоводната концепция се адаптира към изменящите се икономически условия и правна среда.

в) *Счетоводните процедури* (специфични правила и детайлни приложения на счетоводните принципи) са най-прагматичния, динамичен и многоброен слой на счетоводната теория, като представят различни, понякога алтернативни пътища за приложението на един или друг принцип, като са най-бързо адаптируеми и податливи на икономически и юридически (в т.ч. данъчни) промени. Разнообразието на счетоводните процедури и тяхната алтернативност много често се дължи на особеностите на съответната приложима счетоводна база-USGAAP, МСС/МСФО и др., като не трябва да се игнорира и понякога силното влияние на възприетия търговско-правен модел (континентален, англосаксонски и т.н.), а донякъде и спецификата на националната данъчна система и уредба.

Следователно, модернизацията на традиционната счетоводна представа би могла да се търси най-вече в средния и външен слой на счетоводната теория-там, където динамизмът на счетоводните принципи и процедури дава възможност за активно счетоводно ориентирано поведение и политика, където нарастващата концептуалност на финансово-счетоводния модел би могла да се определи като негова същностна черта. Главните сили, тласкащи големите корпоративни структури към постоянна динамична промяна във финансово-управленското поведение на всички функционални нива са най-общо две: необходимостта от бърза адаптация към глобалните икономически предизвикателства, предлагащи съвършено нови процеси и обекти на счетоводно отразяване, от една страна, и от друга-влиянието на новите информационни концепции, потребности и технологии върху вътрешно-управленските структури на предприятията. Това са и причините за излизането на традиционната представа за сравнително статичното и информационно изоставащо финансово счетоводство на една друга логическа плоскост, на която възниква идеята за динамичен концептуален счетоводен модел, целенасочено вграден и синхронизиран с цялостната управленска корпоративна политика. През последните години Бордът по МСС активно работи и по нова концептуална рамка на счетоводството и за изготвяне на финансови отчети съгласно МСС/МСФО, в чиято основа се поставя *бизнес моделът на предприятието* [1] [4].

2. Един втори план, в който може да се търси определена модернизираща тенденция в счетоводството логически предполага *дълбоко организационно и методологическо преосмисляне на счетоводната функция в системата на вътрешно-корпоративно финансово управление (финансовия мениджмънт).* Съвременният интердисциплинарен стил на мислене и глобализъм не можеше да не доведе до една значително по-динамична концепция, разширяваща традиционната представа за счетоводната отчетност като информационна система, но и до идеята за внедряване в корпоративните управленски структури на определен тип *управленско счетоводство.*

Управленското счетоводство, свързано с информационното обезпечаване на решения по осигуряването и управлението на финансови ресурси не толкова на оперативно ниво (характерно за калкулационното счетоводство), а по-скоро на тактическо и стратегическо ниво, е новото съвременно направление на управленското счетоводство, гравитиращо и намиращо своето място непосредствено близко до системата на корпоративен финансов мениджмънт. Счита се, че управленското счетоводство доставя информация, необходима на мениджмънта, за да планира и контролира дейността на предприятието и да оцени тази дейност [3]. От тази позиция, управленското счетоводство става *информационен и функционален трансмисионен модул* между финансовото счетоводство, в частта му, отразяваща операциите по капиталовото снабдяване и движението на финансовите ресурси на предприятието и крайният резултат от осъществения процес на финансовото управление-инвестиционното или друг тип финансово ориентирано решение.

Все по-осезаемо се възприема идеята за информационно, методологическо и организационно вплитане на счетоводната концепция на всички равнища на управление, като ударението в счетоводната функция се поставя върху икономическото развитие на предприятието в перспектива, т.е. върху неговото бъдеще, изразено в стратегията му, а не само върху пасивното и ретроспективно отразяване на фактически извършените стопански процеси и факти от миналата история на отчетната единица.

Управленското счетоводство ориентира счетоводната функция към бъдещето на предприятието, като с помощта на богатия си икономико-аналитичен инструментариум трябва да стимулира генерирането на решения, свързани с финансовото управление на предприятието още в самата счетоводна система. Едва тогава можем да кажем, че управленското счетоводство в областта на финансовите ресурси и капиталовото снабдяване е стратегически насочено, а главният счетоводител по същество се трансформира във финансов мениджър с разширен обхват на управленски функции. Преходът от регистрационни, рутинни счетоводни задачи към подготовката и генерирането на информация от стратегическо значение за вземането на управленски решения, може да се твърди, че е едно от *основните направления на модернизация на счетоводната теория и практика.*

Посочените по-горе съвременни модернизиращи тенденции в счетоводството бяха потвърдени и на 19-ия Световен конгрес на счетоводителите, който се проведе в Рим, Италия през есента на 2014 г. (10 - 13

ноември). Между множеството дискутирани теми, като водещи направления се очертаха следните:

- Нуждата от ново разбиране за счетоводната професия, в т.ч. променящата се комплексна роля на главните финансови директори;
- Нарастващата роля на управленските счетоводители;
- Интегрираната отчетност (Integrating Reporting) и свързаната с нея концепция за устойчиво развитие на компаниите и създаване на добавена стойност (Sustainability Reporting).

Водеща идея при дискусиите на този форум е разбирането, че бъдещето на счетоводната професия е тясно зависимо от развитието на бизнес средата; от потребността от комплексно мислене и интегрирана отчетност, чрез които професията да създава стойност за компаниите и да се подобрява разпределението на икономическите ресурси в обществото.

Съвременните счетоводители, както и финансовите директори, трябва да имат комплексни, интегрирани познания, включващи отлично познаване на принципите, техниката и нормативните изисквания към счетоводството, но също така и познаване на принципите на управленското счетоводство и корпоративните финанси; на финансовия мениджмънт, риск-анализа; инвестиционното планиране и анализ; фирменото управление на паричните потоци; познаване на новите информационни технологии и контролните средства за опазване и съхранение на информацията. Финансите в едно предприятие са пресечната точка на всичко останало. Финансовата функция координира всички останали управленски функции. Главните финансови директори (и главни счетоводители) имат все по-решаваща роля в управлението на фирмените финанси. Те имат първостепенно място при вземане на финансови решения; все повече следва да поемат риск и да управляват рискове; да участват при определяне на цени; на дефиниране на условия в договори с клиенти, доставчици и кредитори. Всичко това изисква комплексни счетоводни, финансови и бизнес познания. Придобиването и умелото използване на тези познания би дало конкурентно предимство на счетоводната професия, от която днес бизнесът очаква не само да създава информация, но и да добавя стойност за компаниите [2].

Така представената по-горе модернизираща се концептуална рамка на счетоводството резултира и в представата за т.нар. *интегрирана отчетност*. Обединяващото разбиране в тази коалиция е, че представянето на информация как предприятието създава стойност е следващата стъпка в развитието на корпоративната отчетност. През 2013 г. Международният съвет по интегрирана отчетност (IIRC) публикува документ, регламентиращ концептуалната рамка на интегрираната отчетност - The International Integrated Reporting Framework[2].

Интегрираната отчетност (Integrating Reporting) и свързаната с нея концепция за устойчиво развитие на компаниите и създаване на добавена стойност (Sustainability Reporting) е ново направление в корпоративната

[2] www.theiirc.org

отчетност, за което по-активно се заговори от 2009 г. насам. Водеща причина за неговата поява е нарасналата критика към информацията от финансовите отчети и недоволството на обществото, инвеститорите и останалите заинтересовани лица от съществуващата информационна асиметрия. Обединяващото разбиране в тази концепция е, че представянето на информация как предприятието създава стойност, е следващата стъпка в развитието на корпоративната отчетност. Интегрираната отчетност е начин на споделяне на ценности между акционери, персонал, клиенти, общество.

Новата концепция за интегрирана отчетност изисква нови, комплексни познания от страна на счетоводителите. Финансовият екип (отдел) в дадено предприятие следва да изпълнява множество и комплексни функции като: стратегическо планиране; стратегически анализ; прогнозиране на по-далечните явления и риск-анализ, което се оказва по-важно за функциониране на предприятието в сравнение с прекомерното фокусиране върху краткосрочните флуктуации и краткосрочни печалби. От отчетник и експерт по създаване на отчетна информация, днес счетоводителят все повече се превръща в бизнес партньор, който трябва да има стратегически фокус (мислене) [2].

Литература:

1. Филипова, Ф. Предизвикателствата пред счетоводната професия и нейната променяща се роля, доклад, Международна научна конференция „Икономиката в променящия се свят: национални, регионални и глобални измерения", 15.05.2015г., ИУ, https://www.researchgate.net/publication/309195214
2. Филипова, Ф., Всички пътища тръгват от Рим, Впечатления от 19-ия Световен конгрес на счетоводителите, Рим, 10-13.11.2014г., Auditorium Parco Della Musica, списание ИДЕС, бр.1/2015г., https://www.researchgate.net/publication/309352312
3. Манолов, Цв., Оповестяване на разходите за опазване на околната среда-теоретични аспекти и практическо приложение в България, сп. „Известия на ИУ-Варна", бр. 1/2012г., с.112
4. http://www.ifrs.org/Alerts/ProjectUpdate/Documents/2013/PR-Discussion-Paper-Conceptual-Framework-July-2013
5. www.theiirc.org

Zahariev P.Z.
PhD, Chief Assistant Professor
Department of Accounting,
University of Economics, Varna, Bulgaria

OPPORTUNITIES FOR THE INTEGRATION OF FINANCIAL AND MANAGEMENT ACCOUNTING IN THE SYSTEM OF FINANCIAL MANAGEMENT

Захариев П. З.
доктор, главен асистент
Катедра „Счетоводна отчетност",
Икономически университет-гр.Варна, България

ВЪЗМОЖНОСТИ ЗА ИНТЕГРАЦИЯ НА ФИНАНСОВОТО И УПРАВЛЕНСКОТО СЧЕТОВОДСТВО В СИСТЕМАТА НА ФИНАНСОВ МЕНИДЖМЪНТ

This article discusses the possibilities of integrating financial and management accounting into the financial management system by building the relevant functional, organizational and information links, resulting in the accounting function being intertwined at all stages of the process of making a financially oriented management decision. The potential dangers of inconsistency in trying to synchronize the goals and capabilities of the three information systems - financial accounting, management accounting and financial management - are also explored.

Keywords: *integration, financial accounting, management accounting, "creative accounting", financial management, relationship, interaction*

Статията разглежда възможностите за интегриране на финансовото и управленското счетоводство в системата на финансов мениджмънт чрез изграждането на съответните функционални, организационни и информационни връзки, в резултат на което счетоводната функция да се вплете на всички етапи от процеса на вземане на финансово-ориентирано управленско решение. Изследват се и потенциалните опасности от възникване на несъответствие в опита да бъдат синхронизирани целите и възможностите на трите информационни системи-финансово счетоводство, управленско счетоводство и финансов мениджмънт.

Ключови думи: *интегриране, финансово счетоводство, управленско счетоводство, „креативно счетоводство", финансов мениджмънт, връзка, взаимодействие*

Съвременната представа за счетоводната теория и практика се изгражда върху органичната функционална, организационна и информационна връзка между финансовото счетоводство, управленското счетоводство и системата на финансовия мениджмънт, като се базира върху няколко ключови тези:

а) Финансовото и управленското счетоводство, в частта им отнасяща се до осигуряването на финансови ресурси на предприятието организационно, информационно и методически са интегрирани в процеса на финансово управление; нещо повече-те са негова основна съставка:

- организационно, защото на практика в корпоративните управленски структури трудно се разграничават функциите на стратегическия управленски счетоводител, главния счетоводител и финансовия мениджър и често задачи, отнасящи се до прерогативите на финансовото управление (в резултат на установеното функционално разделение на труда) на практика се изпълняват от счетоводните кадри;

- информационно, защото финансовото счетоводство си остава главната информационна база на управленското счетоводство (в областта му, свързана с финансовите ресурси и капиталовото финансиране на предприятието) и на финансовия мениджмънт;

- методически, защото методическият инструментариум на финансовия мениджмънт и управленското счетоводство активно се използва и от финансовото счетоводство, образувайки специалния методически апарат на последното. Типичен пример в това отношение е въпросът за оценяването на специфичните активи и пасиви, имащи характеристика на финансови инструменти, при които се използват концепцията на настоящата и бъдещата стойност и съответстващите им финансови техники, като дисконтирането на бъдещи парични потоци.

б) Разбира се, налице е и обратната връзка. Не следва да се забравя, че по правило като информационна система финансовото счетоводство стои много

често накрая и отразява ефектът (резултатът) от вече взето управленско решение, на който не може да повлияе. Доколкото финансовото счетоводство, чрез информацията, например от финансовите отчети, е основната информационна връзка с третите лица, в т.ч. инвеститорите, става ясно колко всъщност отговорна е ролята на финансовото счетоводство за вярното и честно представяне на икономическите факти и събития в отчетната единица, така, че тези потребители да вземат своите решения съзнателно и добре информирани.

Възможностите за реализиране на дефинирания по-горе тип на взаимодействие между трите информационни и организационни модула в системата на управление-финансово счетоводство, управленско счетоводство и финансов мениджмънт, както и потенциалната опасност от известна тяхна неадекватност един към друг, дължаща се на тяхната специфика могат да бъдат проследени и в същностен (концептуален) аналитичен разрез.

Същността на една или друга информационна система най-общо се проявява чрез основната цел, на която е подчинено нейното функциониране, а тя обикновено се свързва с вземането на определено управленско решение. Така формулирана, тази обща за всички информационни системи цел обаче варира в зависимост от това, *за какво се създава* един или друг тип информация и *към какъв тип потребители* основно е насочен този информационен поток.

Добре известно е, че основната цел на финансовите отчети, разгледани като краен продукт на изхода на финансово-счетоводната система е да представят информация за финансовото състояние, ефективността и промените във финансовото състояние на отчетната единица, която да се използва от широк кръг потребители при вземането на икономически решения.

Възниква обаче въпросът: възможно ли е несъответствие, дори разрив при опита да се синхронизират посочените по-горе цели на финансовата отчетност и основната цел, която корпоративният финансово-управленски декларира пред своите акционери? Все повече автори (Scott, S.Cowen, J.M.Middaught, J.M.Ruhl и др.) са убедени, че такъв разрив не само вече възможен, но той вече е факт във вътрешните управленски системи на големите публични корпорации [4]. Говори се, че финансово-счетоводната система може да се превърне дори в препятствие при осъществяване целта на финансовото управление. Преобладаващо е мнението, че усилията на цялата вътрешна финансово-управленска система са насочени към една основна цел-създаването на икономическа стойност за акционерите, изразена в максимизирането на тяхното дялово участие и в крайна сметка включена като част от пазарната цена на дружествените акции [5]. Много от данните, създавани от финансово-отчетната система-оценка на приходи и разходи, активи и пасиви, печалба и т.н. не могат да бъдат надеждна база за инвестиционни решения, свързани с проект в предприятие, което има намерение да създава стойност за акционерите си.

Инвеститорите и кредиторите на предприятието оценяват риска и неопределеността, които съпътстват техните инвестиции в акции и облигации на база на финансовата информация, официално оповестена чрез финансовите отчети на емитента, но тя в преобладаващия случай е недостатъчна за вземане на информирано инвестиционно решение, именно поради факта, че

официалните отчети на предприятията-емитенти и приложенията към тях не съдържат информация, генерирана чрез самото функциониране на капиталовия пазар и не отразяват общият тренд в него, моментните настроения на пазарните участници, както и редица външни макроикономически и политически фактори и условия. Нещо повече-някои автори поддържат тезата, че финансовите отчети като информационна база са "твърде обобщени, твърде изкривени и твърде закъснели, за да бъдат полезни за вземане на управленски решения" [6], което оказва натиск върху управленското счетоводство към постепенно сближаване със финансовото [7].

В контекста на горното, други автори [1] [2] считат, че под натиска на мениджмънта и преследвайки неговите цели за създаване на стойност за акционерите на предприятието, както и за преодоляване на т.нар. информационна асиметрия, в счетоводните системи на големите корпоративни структури все по-вече се прибягва до техниките на т.нар. „креативно счетоводство". В основата на креативните счетоводни практики стои концепцията за агресивна счетоводна политика за увеличение на текущия финансов резултат, с цел да се отклони вниманието от нежелани новини; счетоводна политика, изготвена в рамките на счетоводните правила, която цели да се отчетат финансови резултати, които да съвпадат с прогнозираните от финансовите анализатори. Креативното счетоводство спомага и за поддържане и/или увеличаване цената на акциите, както чрез намаление на „видните" нива на задлъжнялост, така и чрез създаване на впечатление за добър ръст на печалбата, чрез нейното „полиране" и „заглаждане на приходите" (income smoothing) и разкрасяване на счетоводни отчети (window dressing the accounts).

След като финансово-отчетната система не може да създаде адекватни и надеждни индикатори, адаптирани към концепцията на финансовото управление за създаването на стойност и дори може да доведе до вземането на неправилно инвестиционно решение, необходима е една междинна структурно, функционално и информационно отделена система, която да играе ролята на трансмисия във информационната връзка „финансово счетоводство-финансов мениджмънт". Ролята на такъв трансмисионен механизъм в корпоративната управленска структура играе стратегическото управленско счетоводство, насочено към осигуряване и управление на финансовите ресурси на предприятието. Това е системата, която може да „преведе" информацията, генерирана от финансовото счетоводство чрез специфичния му методически апарат на езика на бизнеса; нещо повече-поради еднаквостта на целите й с тези на финансово-управленската система тя сама генерира, използвайки и собствена информация, решенията, които трябва да вземе финансово-управленският екип. Самата система на финансов мениджмънт информационно се осигурява от управленско-счетоводни анализи и използването на методики и техники, влизащи в състава на специалния методически апарат на тази информационна система. Финансовите мениджъри трябва не само да умеят да разчитат данните от финансовите отчети; те следва да интерпретират и използват целия информационен спектър на финансовото счетоводство при осъществяване на основната управленска цел-да следват желанията на

акционерите, насочени към максимизиране на тяхното благосъстояние. Макар за разлика от управленското счетоводство, финансовото счетоводство да генерира отчетна информация, изоставаща по актуалност, тя успешно би могла, пречупена през призмата на управленското счетоводство, да се използва на тактическо и стратегическо ниво при определяне на глобалната корпоративна политика от управляващия орган-Съвета на директорите, респ. Управителния съвет.

В крайна сметка се налага заключението, че счетоводната функция се вплита на всички етапи от процеса на вземане на финансово-ориентирано управленско решение (прогнозиране, анализ, отчетност и контрол), в т.ч. и на стадия на прогнозирането, функционално делегиран на финансовите мениджъри. Анализът, като управленска функция, присъства на всички основни етапи, съпътстващи разработването и приемането на едно финансово-ориентирано решение, но би могъл да варира от диагностичен до прогностичен и оптимизиращ, в зависимост от стадия на финансово-управленския процес, на който се извършва, какви цели се преследват с него и кой на практика го извършва. Традиционната функция на финансовия счетоводител остава на последния етап от процеса на вземане на решение, където счетоводно се отразяват резултатите и ефектите от приетото вече решение. Разширяващият традиционната счетоводна функция управленски счетоводител се вплита във всички предходни етапи на управленския процес, но особено осезаемо е влиянието му в творческата и нерутинна негова част.

Връзката между финансовото счетоводство, управленското счетоводство и финансовия мениджмънт освен функционална, организационна и информационна все повече се изразява и в *размяна на методики*. Методическото влияние на финансовия мениджмънт е толкова силно, че се отразява не само до близко стоящата до него управленско-счетоводна система, но чрез последната пренася част от типичните си концепции, методи и техники върху финансовото счетоводство. При изчисляването, например, на емисионната стойност на емитирания капиталов или дългов финансов инструмент, финансовите мениджъри трябва да определят една потенциална пазарна цена на инструмента, като погледнат чрез очите на потенциалния инвеститор, където виждат бъдещи парични потоци от инвестицията, които трябва да приведат от бъдещето към настоящето (емисионната дата). Привеждането на дохода от инвестицията се извършва чрез определяне настоящата стойност на паричните потоци и използването на стандартната финансова техника на дисконтирането. Концепцията на настоящата стойност и техниката за дисконтиране се използва и от финансовото счетоводство при определянето на справедливата стойност на финансовия инструмент, като впоследствие тази емисионна стойност, определена чрез типична финансова техника, се явява и историческата цена на придобиване на финансовия инструмент в счетоводството на инвеститора.

Същевременно, въздействието на управленското счетоводство върху финансовия мениджмънт е опосредствено и главно информационно-пречупена през специфичния методически апарат на управленското счетоводство,

финансово-счетоводната информация, заедно с вътрешно генерираната на базата и на извън отчетни източници, постъпва във финансово-управленската система, където в този подходящ вид ще служи на финансовите мениджъри в процеса на планиране, контрол и анализ на процесите по капиталовото снабдяване на предприятието и движението на неговите финансови ресурси.

В заключение следва да се отбележи засилващата се през последните години тенденция за все по-силното организационно и функционално съчетаване на типичната финансово-управленска система с управленското счетоводство, а последното от своя страна все повече се обвързва с финансовото. Подобно виждане се споделя и в изследвания на други автори [3] [8]. От организационна гледна точка това означава, че в немалко финансово-управленски екипи и отдели се използват управленски счетоводители, които често заменят функционалните финансови мениджъри, поемайки значителна част от функциите на последните-в областта на прогнозирането, анализа и дори вземането на оперативни решения. От своя страна, това означава, че анализните, контролните и прогнозните функции на счетоводството не са само една изкуствено създадена теоретична конструкция, а реално се осъществяват като част от новата и модернизираща се концептуална рамка на счетоводството, разгледано като теория и реална професионална дейност.

Литература:

1. Велчев, К., Влияние на креативните счетоводни практики при изготвяне на финансовите отчети, Сборник с доклади от международна научна конференция „Тенденции и предизвикателства в развитието на икономиката", Варна, 10-11 май 2012г., изд. „Наука и икономика", с.224-232
2. Велчев, К., Влияние на креативните счетоводни практики при оценка и оповестяване на стопанските факти във финансовите отчети по примера на ENRON, Известия на Съюза на учените-Варна, 2012г., с.49-56
3. Alan J. Richardson, The Relationship between Management and Financial Accounting as Professions and Technologies of Practice, University of Windsor, Odette School of Business Publications, 2017, http://scholar.uwindsor.ca/odettepub/103
4. Ruhl, J., Cowen, S.S., Breaking the barriers to value creation, Management Accounting, March/92, p.44
5. Schall, L., D., Haley, Ch., W., Introduction to financial management, 1988, pp.3,107
6. Johnson, H. T., & Kaplan, R. S. (1991). Relevance lost: the rise and fall of management accounting. Harvard Business Press
7. Weißenberger, B. E., & Angelkort, H. (2011). Integration of financial and management accounting systems: The mediating influence of a consistent financial language on controllership effectiveness. Management Accounting Research, 22(3), p.160-180
8. Манолов, Цв., Оповестяване на разходите за опазване на околната среда-теоретични аспекти и практическо приложение в България, сп. „Известия на ИУ-Варна”, бр. 1/2012г., с.112

Zahariev P.Z.
PhD, Chief Assistant Professor
Department of Accounting,
University of Economics, Varna, Bulgaria

SPECIFIC FEATURES AND PRINCIPLES OF ACCOUNTING IN PUBLIC SECTOR ORGANIZATIONS IN THE REPUBLIC OF BULGARIA

Захариев П. З.
доктор, главен асистент
Катедра „Счетоводна отчетност”,
Икономически университет-гр.Варна, България

СПЕЦИФИЧНИ ОСОБЕНОСТИ И ХАРАКТЕРНИ ПРИНЦИПИ НА ОТЧЕТНОСТТА В ОРГАНИЗАЦИИТЕ ОТ ПУБЛИЧНИЯ СЕКТОР В РБЪЛГАРИЯ

This article discusses some topical issues of the accounting system of the budget organizations in the Republic of Bulgaria, focusing on the current legal provision of this activity, the peculiarities and basic principles of the accounting of the public sector, as experience has been attempted in comparison with non-public sector enterprises to highlight the main features of the modern accounting system of the budget organizations in the country.

Keywords: *public sector organization, accounting system, International Public Sector Accounting Standards, cash principle, accrual accounting, modified accounting*

Статията разглежда някои актуални въпроси на отчетността на бюджетните организации в РБългария, като се акцентира на настоящото нормативно обезпечаване на тази дейност, особеностите и основните принципи на отчетността на публичния сектор, като е направен опит в сравнителен аспект спрямо предприятията от пазарния сектор да се открият основните характеристики на съвременната отчетна система на бюджетните организации в страната.

Ключови думи: *бюджетна организация, счетоводна система, Международни счетоводни стандарти за публичния сектор, касов принцип, текущо начисляване, модифицирано отчитане*

Приемането на Закона за публичните финанси от 01.01.2014г. [3] постави нови изисквания и спрямо отчетността на организациите от публичния сектор. С цел адаптиране на счетоводните регламенти в отчетността на публичния сектор спрямо изискванията на закона Министерство на финансите, Дирекция „Държавно съкровище” прие ДДС №14/30.12.2013г. [6,7], с което отмени действащия до 31.12.2013г. Сметкоплан на бюджетните предприятия, като го замени с нов Сметкоплан на бюджетните организации, в сила от 01.01.2014г.

Основите на принципно новата система за отчетност в публичния сектор бяха поставени с БДС №7 от 09.02.2001 г. с което бе утвърден сметкоплан на бюджетните предприятия и ръководство за прилагането му [4]. Всъщност, въвеждането на сметкоплана на бюджетните предприятия от 2001г. по-скоро бе подчинено на финансовата логика на бюджетирането и в този смисъл той бе заложен в модула “Финансово счетоводство” от т.нар. *Информационна система за финансово управление в бюджетния сектор.*

Доколкото в нарушение на изискванията на Закона за счетоводството все още няма утвърдени счетоводни стандарти за публичния сектор, се следват

разпоредбите на този закон за приложение на Националните счетоводни стандарти за пазарния сектор. За методическо подпомагане адаптирането на последните към публичния сектор Дирекция "Държавно съкровище" към Министерство на финансите издаде ДДС № 20/14.12.2004г. *относно прилагането на Националните счетоводни стандарти от бюджетните предприятия* [5].

В процес на приемане са Международни счетоводни стандарти за публичния сектор, които следва да бъдат основа за утвърждаването и на съответните национални счетоводни стандарти[3].

Без да се претендира за изчерпателност, могат да бъдат откроени някои принципни особености на отчетността на публичния сектор, силно отличаващи се възприетата система за отчитане на предприятията от пазарния сектор.

1. Първата основна особеност може да бъде изведена от самия сметкоплан на бюджетните организации. Сметкопланът е *задължителен* за всички звена в бюджетния сектор. Бюджетните организации могат да използват всички сметки от сметкоплана без да откриват нови синтетични сметки, но могат да ползват неограничен брой подсметки и аналитични сметки към съществуващите в зависимост от информационните си потребности.

2. Съществена особеност на действащата понастоящем счетоводна система е начинът, по който се извършва отчитането на отчетните обекти. С въвеждането на новата система на отчетност се възприе принципът за *фондово счетоводство*. Като концепция фондовото счетоводство предвижда за целите на отчетността, контрола и управлението на публичните финанси да се разделят не само паричните средства, но и всички останали основни отчетни обекти – активи, пасиви, разходи, приходи и капитал. При възникването на съответния отчетен обект в резултат на стопанска операция той следва да се идентифицира и се отнесе в съответната отчетна група (стопанска област)-*Бюджет"*, *„Сметки за средства от Европейския съюз"* и *„Други сметки и дейности"*. От тази гледна точка всяка бюджетна организация може се разглежда като съвкупност от три отчетни единици или консолидирана група отчитащи се предприятия. В случай на преливане на отчетни обекти между две групи се използват специални транзитни сметки за отразяване на вътрешния трансфер между двете отчетни групи.

3. В контекста на изложението не може да не бъде отбелязано и правилото *да не се съпоставят разходи с приходи*, т.е. разходни сметки не могат да бъдат приключвани с приходни сметки. При възникване на разход или приход, съответната разходна или приходна сметка поотделно и директно се приключва със сметка, имаща финансово-резултатен характер и отразяваща изменението в нетните активи за съответния текущ отчетен период (увеличение или намаление).

4. Съществена нова характеристика на действащата система на отчетност в публичния сектор е, че *се прави опит да се съчетаят два различни принципа*:

[3] Към момента са приети 40 международни счетоводни стандарта за публичния сектор (IPSASs) за отчетност на начислена основа и един за касово отчитане-www.IFAC.org/Public sector, www.Ipsas.org.

 Финансов принцип на паричния поток (касов принцип), изведен като основен принцип на бюджетната технология чрез Закона за публичните финанси, съгласно който държавният бюджет се отчита на касова основа. Този водещ принцип при организация на отчетността в публичния сектор е напълно разбираем, доколкото държавният бюджет представлява система от парични потоци. В този аспект Единната бюджетна класификация се използва като основна счетоводна рамка за отчитане на бюджета на касова основа и като база за организация на аналитичното отчитане към разходните и приходните сметки.

 Текущо начисляване. Този основен счетоводен принцип изисква разходите и приходите да се признават в момента на възникване на разчета, независимо от паричните потоци, които произтичат от тях. Извеждането на принципа за текущо начисляване на преден план бе съпътствано и с въвеждане на понятието "отчетност на начислена основа" и спрямо публичните финанси.

В опита да се съчетаят двата разгледани по-горе принципа част от операциите във връзка с признаването главно на приходи се отчита на *модифицирана (касова-начислена) основа* – от една страна като парични потоци чрез отделни счетоводни сметки, а от друга страна при приложението на принципа за текущо начисляване тази информация се коригира чрез друга система от счетоводни сметки. Тук следва да се отбележи, че някои автори считат, че принципът за текущо начисляване е валиден за всички звена от бюджетната система, докато касовият принцип-основно за централния бюджет [1, с.46].

5. Могат да бъдат откроени и някои по-съществени особености на отчетността на публичния сектор, резултат от приемането на Закона за публичните финанси и Сметкоплана на бюджетните организации, в сила от 01.01.2014г., като по-съществените са както следва:

а) *Прецизиране и детайлизиране* на структурата от сметки по отношение най-вече на коректното класифициране на институционалните единици (подсектори „Централно управление", „Местно управление" и „Социалносигурителни фондове) съгласно Европейската система от национални и регионални сметки (ESA-2010);

б) Налице са и *нови правила за отчитане* на отделни отчетни обекти, по-съществените от които са както следва:

- капитализиране на дълготрайни активи, предходно отчетени като разход при тяхното придобиване;
- промяна на начина на признаване на приходите от помощи и дарения;
- промяна на начина на отчитане на стопанската дйност на бюджетните организации;
- промяна в начина на отчитане на разходите и приходите за бъдещи периоди;
- изискването за начисляване на амортизации на нефинансовите дълготрайни активи [9] и др.

в) В наименованията на редица сметки е вграден един *допълнителен класификационен разрез* за финансовите активи и пасиви от гледна точка на ефекта им върху бюджетното салдо –„приходно-разходни" и „финансиращи"

позиции - отчитане, което е напълно съобразено с изискванията на Закона за публичните финанси. Класификация по този признак е застъпена не само по отношение на съответните сметки за финансови активи и пасиви, но и за редица сметки за разходи и приходи, като сметките за преоценки, отписване на вземания/задължения, прехвърляне на активи и пасиви между бюджетни организации и за други събития;

г) При редица разчетни и трансферни сметки, както и при сметки за отчитане на взаимоотношения между бюджетни организации е *въведена нова гледна точка*-те са структурирани и наименовани от позицията на насрещния контрагент;

д) С цел счетоводно отчитане на редица нови бюджетни показатели в регулацията на Закона за публичните финанси *е значително разширено задбалансовото им отчитане*, например спрямо показателите „поети ангажименти" и „нови задължения за разходи", за отразяване на националното и друго съфинансиране по международни проекти, както и спрямо други показатели за целите на националната и европейската статистика. Всъщност, наличието на редица условни активи и пасиви в отчетността на публичния сектор, които се отчитат задбалансово се отбелязва като характерна особеност и от други автори [1, с.45-47].

е) ДДС №14/30.12.2013г. въведе и една съвършенно непозната за теорията на счетоводството техника-използването на т.нар. *„контра"-сметки*, представляващи специфични аналитични сметки към дадена синтетична, които се използват в кореспонденция с конкретни аналитични сметки, за целите на прехвърляне, например на салда, като тази техника се допълва и с отделни счетоводни записвания за изчистване на оборотите („контра"-сметката се дебитира и кредитира чрез червено сторно).

6. Съществени особености могат да бъдат отбелязани и спрямо процедурите по *годишното счетоводно приключване и елементите на годишния финансов отчет* на бюджетните организации, систематизирани както следва:

а) правилото в рамките за текущия отчетен период сметките за разходи и приходи да се водят с натрупване на годишна база, без да се приключват;

б) разширен състав на оборотните ведомости, които се изготвят от бюджетните организации. Те са общо шест-по една за всяка отчитаща се единица, в т.ч. преди и след приключване на счетоводните сметки;

в) характерен състав на годишния финансов отчет, включващ уникалният за отчетността на публичния сектор елемент-Отчета за касово изпълнение на бюджета, сметките за средства от Европейския съюз и сметките за чужди средства, както и редица специфични справки. Тук не може да не бъде отбелязана и появата отново на Отчета за приходите и разходите, характерен за предприятията от пазарния сектор-явен индикатор за налагащата се тенденция към постепенното изместване на касовия принцип от принципа на текущо начисляване в отчетността на бюджетните организации в РБългария [8].

7. Като специфична особеност, съществено влияеща върху платежните и счетоводните процедури в публичния сектор може да бъде отбелязана и

уникалната концепция на *Системата на единната сметка*, целяща централизиране на единния паричен ресурс на централния бюджет в БНБ, както и разработената за нейното реализиране *Система за електронни бюджетни разплащания* (СЕБРА), представляваща комплекс от специфични банкови и отчетни процедури за наблюдение, автоматичен контрол и управление на плащанията, инициирани от бюджетните разпоредители [10].

Литература:

1. Баташки, Г. и к-в, Приложни аспекти на счетоводството на предприятията от публичния сектор, списание „Диалог", ИНИ, Извънреден тематичен I, август 2012г.
2. Стоянов, Ст., Фесчиян, Д., Проблеми и насоки за развитие на счетоводната система на предприятията от публичния сектор в процеса на интегриране на България в ЕС, НС УНСС, 13.12.2012г.
3. Закон за публичните финанси, ДВ, бр. 15/15.02.2013 г., в сила от 01.01.2014 г.
4. БДС № 07/09.02.2001г. за утвърждаване сметкоплан на бюджетните предприятия и ръководство за неговото приложение, МФ, Дирекция "Бюджет и държавно съкровище"
5. ДДС № 20/14.12.2004г. относно прилагането на Националните счетоводни стандарти от бюджетните предприятия
6. ДДС №14/30.12.2013г. относно приемане на сметкоплан на бюджетните организации
7. ДДС №5/14.04.2015г. - Сметкоплан на бюджетните организации
8. Заповед № ЗМФ-1338/22.12.2015г. на Министерство на финансите относно годишните и междинните финансови отчети на бюджетните организации
9. ДДС №5/30.09.2016г. относно начисляване на амортизация на нефинансови дълготрайни активи от бюджетните организации, МФ, Дирекция „Държавно съкровище"
10. БДС 91-00-0292 (0401-1397)/01.09.2000г., МФ, БНБ, относно прилагане на системата "Единна сметка"

Zahariev P.Z.
PhD, Chief Assistant Professor
Department of Accounting,
University of Economics, Varna, Bulgaria

DISCUSSION QUESTIONS REGARDING DEPRECIATION OF FIXED ASSETS BY BUDGET ORGANIZATIONS IN THE REPUBLIC OF BULGARIA

Захариев П.З.
доктор, главен асистент
Катедра „Счетоводна отчетност",
Икономически университет-гр.Варна, България

ДИСКУСИОННИ ВЪПРОСИ ОТНОСНО НАЧИСЛЯВАНЕТО НА АМОРТИЗАЦИЯ НА ДЪЛГОТРАЙНИ АКТИВИ ОТ БЮДЖЕТНИТЕ ОРГАНИЗАЦИИ В РБЪЛГАРИЯ

The article examines some discussion questions regarding the need to charge depreciation in the public sector organizations in Bulgaria, commenting on some of the requirements of the current special legislation and the main differences compared to non-budget enterprises.

Key words: *budget organizations, depreciation, non-financial fixed assets, DDS №05/30.09.2016*

Статията разглежда някои дискусионни въпроси относно необходимостта от

начисляване на амортизации в организациите от публичния секор в РБългария, като се коментират някои от изискванията на действащото специално законодателство и основните различия в сравнение с небюджетните предприятия.

Ключови думи: *бюджетни организации, амортизация, нефинасови дълготрайни активи, ДДС №05/30.09.2016г.*

Въпросът за начисляването на амортизации на дълготрайни активи в организациите от публичния сектор е твърде дискусионен и подлежи на специален коментар. Добре известно е, че амортизацията от финансова гледна точка може да се разгледа като специфичен финансов механизъм, чрез който във времето се пренася стойността на една инвестиция в дълготраен актив и се възстановява в първоначалния си паричен вид. Това става чрез включването на разходи за амортизация, отчетени по счетоводен път в себестойността на произвеждания продукт, а оттам и в продажната цена. Този нормален финансов механизъм, характерен за предприятията от пазарния сектор не може да бъде приложен в публичния сектор, доколкото предприятията в него произвеждат специфични публични услуги, които обаче в преобладаващия случай не се заплащат от техните потребители.

Съществен мотив за начисляване на амортизации в публичния сектор би било изискването за обхващането на всички счетоводно признати разходи и техното последващо данъчно третиране за целите на формирането на прецизен данъчен финансов резултат, подлежащ на облагане с корпоративен данък. В този смисъл считаме, че амортизация би могла да се начисли по решение на горестоящ разпоредител с бюджет и би била оправдана само за целите на определяне на прецизен финансов резултат и данъчна основа за облагане на стопанската дейност с преки данъци по ЗКПО. Това най-общо означава, че амортизация може да бъде начислявана за дълготрайни активи, чиито произход е от стопанска дейност и които впоследствие се използват само за тази дейност. Подобно виждане се застъпва и от други автори, макар и в контекста на разработване на индивидуалната счетоводна политика на бюджетните организации [1, с.60, бел.6].

Считано от 01.01.2004г., принципно се измени характерът на данъчното облагане на стопанската дейност в бюджетните организации-данъчната основа вече не е облагаемата печалба, а нетният размер на приходите от стопанска дейност [8, чл. 249, ал.2 и 3].

Считаме, че промяната в посочения данъчен режим на практика обезсмисля точното и прецизното обхващане на всички счетоводни разходи (в т.ч. и евентуалните разходи за амортизация), касаещи извършваната от бюджетната организация стопанска дейност.

Някои автори извеждат като допълнителен аргумент за неначисляване на амортизации в публичния сектор и наличието на специфичен източник на дълготрайните активи-това не е собственият или привлеченият капитал на бюджетната организация, а разполагаемият й капитал, предоставен под формата на държавни или общински средства [6,с.3].

Независимо от казаното по-горе, следва да се отбележи, че съгласно чл.15, ал.3 от Закона за счетоводството амортизации на дълготрайни активи в

бюджетните организации се начисляват по решение на Министерския съвет. До 2016г. такова решение не е бе приемано. С ДДС №05/30.09.2016г. на Министерство на финансите, Дирекция „Държавно съкровище“ [10] и на основание чл. 164 ал. 1 и 3 от Закона за публичните финанси и чл. 67 от ПМС № 380/2015 г. обаче се въведе изискването за начисляване на амортизации на нефинансовите дълготрайни активи от бюджетните организации, с оглед отразяването на тази информация за пръв път в техните годишни оборотни ведомости и финансови отчети за 2017 г., като това изискване се мотивира с две основни съображения:

- С начисляването на амортизации се очаква да се подобри качеството на отчетността и статистиката на публичните финанси, като това ще позволи обхващането на съществени разходи (каквито са разходите за амортизация) в счетоводните системи на бюджетните организации, което от своя страна ще доведе до по-коректно измерване на разходите на публичните услуги и дейности;

- Признат е и фактът, че независимо от съществуващите в ДДС № 20/14.12.2004 г. изисквания за обезценка на нефинансовите дълготрайни активи счетоводната загуба от обезценка не може да бъде заместител на начисляването на амортизациите, дори и в определени случаи да се стигне до сходна балансова стойност на актива. За разлика от обезценката, която измерва евентуалната загуба от държането на актива в резултат на множество фактори и причини, начисляването на амортизации е насочено най-вече към отразяването по систематичен начин на потока на потреблението на икономическите изгоди и потенциал на нефинансовия дълготраен актив за периода от придобиването до неговото отписване.

От друга страна, дискусията за амортизациите на дълготрайни активи е пряко свързана и с въпроса за правилното оценяване на тези активи и представянето им във финансовите отчети. Представянето на дълготрайните активи по историческа стойност в условията на регламент за неначисляване на амортизации дори според отделни автори [4] е явно доказателство за отклонение от принципа на предпазливостта, който има приоритетно значение за предприятията от публичния сектор, поради специфичните им функции [2, с.57]. Правилно някои автори подчертават, че „липсата на такова изискване лишава предприятията от публичния сектор от възможността икономическите ползи, вплътени в ДМА и усвоени в хода на дейността на предприятието, да се отразят като разход и коректив на балансовата стойност на актива” [5, с.140]. Други автори също подкрепят тезата, че неначисляването на амортизация в бюджетните организации води до отклонение от редица фундаментални счетоводни принципи, като предпазливост, текущо начисляване и съпоставимост на приходите и разходите. Като цяло това води до изкривяване на резултата от функционирането на съответната бюджетната организация [3], с което се създават предпоставки за ненадеждно текущо отчитане на голяма група активи и представянето им по значително отклонена от справедливата стойност в счетоводния баланс [7, p.1557].

Не може да не бъде отбелязан и факта, че новото изискване за начисляване на амотизация в публичния сектор е явно доказателство за все по-активното изместване на касовия принцип от текущото начисляване, видно чрез въвеждането на Отчет за приходите и разходите като елемент на годишния финансов отчет на бюджетните организации [9], както и чрез приемането на МССПС №33 *Прилагане на МССПС на начислена база за първи път (First time Adoption of Accrual Basis IPSASs*).

Прави впечатление, че в сравнение с разпоредбите на НСС 4 *Отчитане на амортизациите*, валидни за небюджетните предприятия, от обхвата на подлежащите на амортизиране дълготрайни активи в публичния сектор *се изключват значително по-голям брой дълготрайни активи*, в т.ч. активи, отнесени в отчетна група „Сметки за средства от Европейския съюз". Счита се, че тази стопанска област е финансово-правна форма на публичните финанси, в която отчитането на нефинансовите дълготрайни активи-обект на съответните проекти, е ограничено до процесите на тяхното придобиване, временно съхраняване и разпределение/прехвърляне. Трайното им признаване в баланса (след приключване на процеса на придобиване) и начисляването на амортизациите се отразяват само в отчетни групи „Бюджет" и „Други сметки и дейности".

Характерна процедура може да бъде описана и в случаите на *прехвърляне на амортизируеми активи между бюджетни организации* в рамките на една и съща бюджетна система, където за завеждането на актива в бюджетната организация-получател могат да се прилагат два подхода:

- препоръчителен подход – подход на брутно отразяване на отчетната стойност и акумулираната амортизация. При този подход, по сметките от групи 20, 21 и 22 се отразява досегашната отчетна стойност на актива, а по съответната сметка от група 24 – акумулираната до момента амортизация;

- алтернативен подход - подход на директно завеждане на актива по нетна (балансова) стойност по съответната сметка от групи 20, 21 и 22.

В сравнение с наложената практика и нормативна уредба на отчетността на предприятията от пазарния сектор е налице съществена разлика и по отношение на *моментите за стартирането (подновяването) и прекратяването на начисляването на амортизациите* от бюджетните организации, като се прилагат следните основни положения:

- Начисляването на амортизацията започва от месеца, следващ месеца, в който амортизируемият актив е придобит или въведен в употреба;

- Начисляването на амортизацията се преустановява от месеца, следващ месеца, в който амортизируемият актив е изведен от употреба, независимо от причините за това.

В заключение, следва да се отбележи и известен недостатък на Сметкоплана на бюджетните организации по отношение на връзката между текущото отчитане на амортизациите чрез предвидените за целта счетоводни сметки и представянето на информация във финансовите отчети. Известно е, че за отчитане на амортизациите в Сметкоплана на бюджетните организации са предвидени сметки от подгрупа 603 *Разходи за амортизации* и сметки от група

24 *Амортизация на дълготрайни активи* за отчитане на коректива на отчетната стойност на съответните активи. Установява се, че в структурно отношение сметките от група 24 *Амортизация на дълготрайни активи* съответстват еднозначно на балансовите позиции за съответните нефинансови дълготрайни активи. Това позволява данните от съответната сметка от група 24 *Амортизация на дълготрайни активи* да бъдат автоматично отнесени в баланса като намаление на отчетната стойност за съответната балансова позиция, без да е необходимо допълнителна идентификация на аналитично ниво. В Отчета за приходите и разходите, обаче е предвидена само една позиция за разходите за амортизации и по нея следва да се отнесат оборотите на всички сметки от подгрупа 603 *Разходи за амортизации*, които за тази цел трябва да бъдат обобщени изкуствено. От тази гледна точка методологически правилно би било да бъдат предложени последващи промени в Сметкоплана на бюджетните организации по отношение на структурирането на дискутираната подгрупа сметки.

Литература:

1. Баташки, Г.и к-в, Приложни аспекти на счетоводството на предприятията от публичния сектор, списание „Диалог”, ИНИ, Извънреден тематичен I, август 2012г., с.50, бел.6
2. Душанов, Ив., Башева, Сн. и др., Стандартизация в счетоводството, София, изд. „Икономика прес”, 2009г., с.57
3. Ималова, Д., Начисляването на амортизации на нефинансови дълготрайни активи в отчетността на бюджетните организации, СА „Д. А. Ценов” – гр. Свищов, (електронен източник, последно видян на 16 декември 2017год.) http://dlib.uni-svishtov.bg/bitstream/handle/10610/2953/n35_225_PDFsam_konf_tom2.pdf?sequence=1&isAllowed=y
4. Фесчиян, Д., Отклонения от фундаменталните счетоводни принципи в счетоводната система на предприятията от публичния сектор, доклад пред международна конференция на ФСФ при УНСС, София, октомври, 2012г.
5. Фесчиян, Д. Стандартизацията на счетоводството и модели за отчитане на дълготрайните материални активи в публичния сектор, София, 2013г., с. 140
6. Фесчиян, Д. За начисляване на амортизации на нефинансовите дълготрайни активи в предприятията от публичния сектор, сп.„Счетоводство”, бр.04/2016, с.3
7. Feschiyan, D.,2011, International Public Sector Accounting Standards in Bulgaria,2-d Balkans and Middle East Countries Conference on Auditing and Accounting History, Conference Proceedings, Vol. II, p. 1557
8. Закон за корпоративното подоходно облагане, ДВ, бр.105/22.12.2006г.
9. Заповед № ЗМФ-1338/22.12.2015г. на Министерство на финансите относно годишните и междинните финансови отчети на бюджетните организации
10. ДДС №5/30.09.2016г. на Министерство на финансите относно начисляване на амортизация на нефинансови дълготрайни активи от бюджетните организации

Ivanenko Valentyna,
Ph.D., Associate Professor
Dubovenko Myroslava,
master student
Kovalchuk Oksana
student
Zhytomyr state technological university (Ukraine, Zhytomyr)

EFFICIENCY ANALYSIS OF FACTORING TRANSACTIONS: METHODOLOGICAL ASPECT

Іваненко В.О.
канд. екон. наук, доцент
Дубовенко М.А.
магістрант
Ковальчук О.Р.
студентка
Житомирський державний технологічний університет (Україна, м. Житомир)

ОЦІНКА ЕФЕКТИВНОСТІ ФАКТОРИНГОВИХ ОПЕРАЦІЙ: МЕТОДИЧНИЙ АСПЕКТ

This article deals with the efficiency analysis of factoring transactions. Purpose, objectives, objects and stages of analysis of factoring transactions for factor and factoree are formed.
Key words: *factoring; factoring transactions; factor; factoree; analysis; efficiency*

У статті розглянуто аналіз ефективності факторингових операцій. Сформовано мету, завдання, об'єкти та етапи аналізу факторингових операцій
Ключові слова: *факторинг; факторингові операції; фактор; факторант; аналіз; ефективність*

Невизначеність умов діяльності, зростання темпів інфляції, постійна конкуренція, а також брак власних оборотних коштів змушують суб'єктів господарювання шукати нові фінансові інструменти для залучення додаткового фінансування. Разом з тим, у процесі економічної діяльності для будь-якого підприємства важливим питанням є формування ефективної системи управління дебіторською заборгованістю, щоб не були безповоротно втрачені кошти підприємства та його позиції щодо споживачів, партнерів і конкурентів.

Якщо проаналізувати динаміку обсягів дебіторської та кредиторської заборгованості підприємств України, то можемо сказати, що ситуація досить тривожна, оскільки зазначені показники зростають (табл. 1).

Таблиця 1

Обсяг поточної дебіторської та кредиторської заборгованості підприємств України за 2012-2016 рр., млн. грн.*

Найменування показника	*Значення показників за роками*				
	2012	**2013**	**2014**	**2015**	**2016**
Дебіторська заборгованість	1701397,3	1778103,7	1962772,1	2517203,5	3945631,4
Кредиторська заборгованість	3964497,3	4194843,9	4884498,0	6311166,6	8434115,5

* *Сформовано на основі [6]*

У порівнянні з 2012 роком на кінець 2016 року обсяг дебіторської та кредиторської заборгованості зріс на 131,9 % і 112,7 % відповідно. Це є підтвердженням нестачі обігових коштів підприємств, які не можуть повноцінно розвиватися через брак грошових ресурсів.

Одним із фінансових інструментів, який забезпечує додаткове фінансування, прискорюючи обертання оборотних коштів, та, відповідно, їх вивільнення є факторинг. Як результат, факторингові операції допомагають підприємству вирішити такі проблеми, як ефективне управління дебіторською заборгованістю та зменшення ризиків непогашення боргів.

Для української економіки ринок факторингових послуг є відносно новим та перспективним. Як показують дані підсумків діяльності фінансових компаній, ломбардів та юридичних осіб (лізингодавців), за 9 місяців 2017 року використання даного виду фінансових послуг зростає. Так, протягом 9 місяців 2017 року фінансові компанії уклали 21 090 договорів факторингу на загальну суму 22 395,3 млн. грн., виконали 19 635 договорів на суму 22 308,2 млн. грн. Діючими на кінець 9 місяців 2017 року залишалося 26 552 договорів факторингу [4].

Динаміка кількості та вартості укладених фінансовими компаніями договорів факторингу наведена в табл. 2.

Таблиця 2

Динаміка надання фінансовими компаніями послуг факторингу*

Найменування показника	*Значення показників за кварталами*									
	2015 р.			**2016 р.**				**2017 р.**		
	II	**III**	**IV**	**I**	**II**	**III**	**IV**	**I**	**II**	**III**
Кількість договорів факторингу, од.	3216	3603	4723	3902	4981	5638	18990	6087	6751	8248
Вартість договорів факторингу, млн.грн.	2974,9	4657,5	4994,6	3286,6	4326,7	3704,9	5569,4	5614,0	7150,8	9608,0

** Побудовано на основі [4]*

Як видно, протягом 2015-2017 рр. здебільшого спостерігається позитивна динаміка щодо кількості укладених договорів факторингу. Зокрема, кількість таких договорів протягом III кварталу 2017 року, зросла на 46,3% (610 одиниць), порівняно з цим показником аналогічного періоду III кварталу 2016 року. Щодо вартості договорів факторингу, то вона зросла на 159,3% (5903,1 млн. грн.), порівняно з аналогічним періодом минулого року.

При цьому, найбільше збільшення за укладеними договорами факторингу (за 9 місяців 2017 р. у порівнянні з аналогічними 9 місяцями 2016 р.) спостерігається за такими галузями, як: транспорт – 34,9 разу (на 244,3 млн. грн.), добувна промисловість – у 7,6 разу (на 10,6 млн. грн.), сфера послуг – на 229,5% (на 2171,6 млн. грн.), сільське господарство – на 183,3% (на 118,2 млн. грн.) [4].

Разом з тим, через нестабільність економічної ситуації, інфляційні процеси та відсутність належного нормативно-правового регулювання

факторинг і досі не набув належного розвитку в Україні. Одним із стримуючих чинників розвитку факторингу в Україні є наявність високих ризиків для фактора і недостатня розробленість та обґрунтованість методики оцінки доцільності та ефективності використання факторингового механізму. Тому визначення ефективності здійснення факторингу має першочергове значення як для замовника такої послуги, так і для її виконавця.

Відповідно до ст. 1077 Цивільного кодексу України за договором факторингу (фінансування під відступлення права грошової вимоги) одна сторона (фактор) передає або зобов'язується передати грошові кошти в розпорядження другої сторони (клієнта) за плату (у будь-який передбачений договором спосіб), а клієнт відступає або зобов'язується відступити факторові своє право грошової вимоги до третьої особи (боржника) [8].

Розкриття особливостей реалізації факторингового механізму дає можливість визначити його основні елементи, зокрема:

1) суб'єкти факторингу:

- факторант (клієнт) – постачальник продукції, товарів та послуг,
- фактор – фінансова установа (фірма, факторингова компанія або комерційний банк), яка отримує (придбає) дебіторську заборгованість за реалізовану продукцію і перераховує обумовлену суму факторанту;
- боржник (дебітор) – покупець продукції, товарів або послуг;

2) об'єкт факторингу – право грошової вимоги (дебіторська заборгованість за продукцію, товари, роботи та послуги);

3) винагорода за послуги факторингу складається з відсотка за фінансування у вигляді відсотків річних і комісійної складової та залежить від:

– вартості фінансування;
– вартості прийнятих банком ризиків;
– вартості операцій з обслуговування;
– вартості подальшого управління дебіторською заборгованістю.

Розмежування елементів факторингу дає розуміння, що об'єкти аналізу факторингу визначаються окремо як для фактора, так і для факторанта. Зокрема, для факторанта основним об'єктом аналізу є дебіторська заборгованість та витрати на використання факторингу. Щодо фактора, то тут об'єктами виступають доходи від здійснення факторингу та відповідні витрати.

Аналіз факторингових операцій у діяльності фактора дозволяє оцінити чи є економічно вигідним надання факторингових послуг вцілому та в розрізі конкретних клієнтів. Також важливим питанням є визначення джерел фінансування укладених факторингових операцій.

Для факторанта проведення аналізу факторингу дозволяє оцінити, насамперед, ефективність та доцільність використання факторингової послуги в порівнянні з іншими джерелами фінансування.

У сучасній економічній літературі не існує одностайної думки щодо методики оцінки факторингу. Проведені дослідження свідчать про існування певних протиріч і неоднозначності у підходах до аналізу ефективності факторингових операцій як у фактора, так і факторанта.

Зокрема, у дисертаційному дослідженні О.О. Лєфєля [3] пропонується здійснювати оцінку ефективності факторингових операцій з двох позицій: банку (аналіз доходних рахунків за факторинговими операціями; аналіз витратних рахунків за факторинговими операціями; співставлення витрат з отриманими доходами за проведеними факторинговими операціями) і підприємства-клієнта (оцінка вигоди, яку приносить вибір факторингу, як дієвої форми фінансування оборотних коштів підприємств, порівняно з іншими формами короткострокового фінансування; оцінка фінансової доцільності участі в факторингу вцілому; оцінка динаміки власних фінансових показників та показників інших клієнтів факторингової компанії).

Цікавим є підхід до оцінки факторингових операцій, запропонований в роботі І.Є. Покамєстова [5], в якій виділяється три рівня аналізу ефективності. Окрім запропонованих О.О. Лєфєлєм двох рівнів, І.Є. Покамєстов виокремлює ще аналіз ефективності з позиції факторингового бізнесу.

Покамєстов І.Є. у своїй роботі наводить триступеневу методику оцінки рентабельності факторингових операцій для фактора, що базується на комбінації їх кількісних та якісних характеристик.

Таблиця 3

Показники оцінки ефективності факторингу за І.Є. Покамєстовим

Найменування показника	*Формула розрахунку*	*Позначення*	*Характеристика*
Оборотність активів в періоді ($О_а$)	$О_а = \frac{\sum_1^п S_{пф} \times (Д_{пф} - Д_ф)}{\sum_1^п S_{пф}}$ (1)	$Д_Ф$ – дата фінансування; $Д_{ПФ}$ – дата погашення фінансування; $S_{ПФ}$ – сума окремого погашення фінансування; п – кількість погашень фінансування	Дозволяє планувати грошові потоки компанії в часі, так як враховує приплив грошових коштів у формі погашення фінансування
Оборотність дебіторської заборго-ваності в періоді ($О_{ДЗ}$)	$О_{ДЗ} = \frac{\sum_1^{пл} S_{пл} \times (Д_{пл} - Д_п)}{\sum_1^{пл} S_{пл}}$ (2)	$S_{ПЛ}$ - сума окремого платежу дебітора; $Д_{ПЛ}$ – дата платежу дебітора; $Д_П$ – дата поставки; пл – кількість платежів дебіторів в періоді	Дозволяє оцінити ефективність організації роботи фактора зі своїми клієнтами і якість клієнтського портфеля. Показник є індикатором для визначення цінової політики фактора в частині встановлення величини комісії за факто-рингове обслуговування
Середньо-зважена доходність факторингової операції ($Р_{СР}$)	$Р_{ср} = \frac{\sum_1^п (S_{пк} - S_{пк/б}) \times 365 \times 100}{\sum_1^п S_{пф} \times (Д_{пф} - Д_ф)}$ (3)	$S_{ПК}$ – сума комісійної винагороди фактора, отримана з кожного погашення фінансування	Дозволяє розрахувати маржу по факторинговим операціям, а також оцінити вцілому економічну ефективність діяльності фактора

* *Узагальнено на основі [5]*

В її основі лежать формули розрахунку оборотності активів і дебіторської заборгованості, а також розрахунок середньозваженої доходності факторингової операції (табл. 3).

Лаврик М.Ю. [2] вважає, що для оцінки ефективності факторингових операцій слід проводити комплексний аналіз:

1 етап – вертикальний аналіз – визначення частки обсягів авансування по договорах факторингу в загальній сумі активів фінансової компанії (необхідно проводити в динаміці);

2 етап – горизонтальний аналіз – визначення темпів росту оборотів по договорам факторингу, що дозволяє оцінити перспективи розвитку факторингових операцій з кожним клієнтом і доцільність надання факторингової послуги;

3 етап – структурний аналіз – включає: 1) аналіз галузевої структури (проводиться з метою диверсифікації ризику факторингових операцій); 2) аналіз регіональної структури (доцільно проводити у двох напрямках: по-перше, оцінка рівня використання фактором нових ринків з ціллю розширення діяльності і залучення нових клієнтів; по-друге, аналіз факторингових операцій за регіонами (аналіз клієнтів за галузями з точки зору прийнятності і галузевого ризику; аналіз співвідношення доходів і витрат, отриманих від проведення факторингових операцій в окремих регіонах і більш детально в галузях в рамках відповідного регіону; аналіз рівня погашення заборгованості та рівня прострочених платежів за регіонами)); 3) аналіз за термінами дії договорів факторингу (дозволяє оцінити обсяг грошових коштів, які фактор може мати у своєму розпорядженні через відповідні проміжки часу).

Герасимович А.М., Алексеєнко М.Д., Парасій-Вергуненко І.М. розглядають ефективність факторингу у діяльності фінансових установ, зокрема комерційного банку, яка «…визначається за допомогою таких показників: питома вага факторингових операцій у загальній сумі активних операцій комерційного банку; розмір факторингових операцій на 1 грн. капіталу; розмір факторингових операцій на 1 грн. статутного капіталу; рівень купівлі дебіторської заборгованості» [1].

Ступницький О.І. та Коверда В.М. [7] пропонують досліджувати ефективність факторингу в діяльності підприємств як інструмента управління дебіторською заборгованістю за такими напрямами: аналіз впливу факторингу на динаміку й рівень дебіторської заборгованості (проводиться за наступними показниками: виторг за оплатою, середнє значення дебіторської заборгованості та залежність загального коефіцієнта оборотності дебіторської заборгованості від коефіцієнтів оборотності клієнтів, що передані на факторингове обслуговування та інших клієнтів); аналіз впливу факторингу на фінансові результати (проводиться з урахуванням середньої рентабельності продажу та співвідношення валового прибутку й собівартості); аналіз ефективності факторингу порівняно з альтернативними джерелами фінансування (векселями, короткостроковими кредитами та овердрафтом).

Вочевидь, відсутність єдиного підходу до оцінки ефективності операцій факторингу зумовлює виникнення проблем при формуванні стратегії управління дебіторською заборгованістю та процесом фінансування вцілому.

Проведене дослідження дозволило обґрунтувати основні елементи аналітичного забезпечення управління факторингом (рис. 1).

Рис. 1. Модель аналізу факторингових операцій у фактора та факторанта

Удосконалені методичні положення економічного аналізу факторингу дозволяють приймати обґрунтовані рішення щодо доцільності залучення фінансових ресурсів на основі використання факторингового механізму та

ефективно його структурувати для досягнення всіма учасниками такого механізму своїх фінансових цілей.

Отже, факторинг є не лише інструментом управління дебіторською заборгованістю, а й джерелом фінансування бізнесу. Зазначене характеризує факторинг як ефективний фінансовий інструмент підвищення стабільності діяльності суб'єкта господарювання та покращення відносин з контрагентами. Використовуючи факторингові схеми, підприємства можуть спрямовувати кошти на збільшення обсягів продаж та асортимент товарів, не відволікаючи їх при цьому у дебіторську заборгованість. Особливо актуальний та необхідний факторинг для динамічно зростаючих підприємств, що відчувають дефіцит оборотних коштів. Постачальники ж завдяки факторингу отримують можливість планувати свої фінансові потоки, незалежно від платіжної дисципліни покупців.

Література:

1. Аналіз банківської діяльності: Підручник / А. М. Герасимович, М. Д. Алексеєнко, І. М. Парасій-Вергуненко та ін.; За ред. А. М. Герасимовича. – К.: КНЕУ, 2004. –599 с.
2. Лаврик М.Ю. Эффективность факторинговых операций российских коммерческих банков: дис. на соискание уч. степени канд. экон. наук: 08.00.10 «Финансы, денежное обращение и кредит» / М.Ю. Лаврик.– Москва, 2005. – 143 с.
3. Лефель А.О. Факторинг как инструмент финансирования оборотных средств предприятий: дис. на соискание уч. степени канд. экон. наук: 08.00.10 «Финансы, денежное обращение и кредит» / А.О. Лефель. – Москва, 2006. – 200 с.
4. Підсумки діяльності фінансових компаній, ломбардів та юридичних осіб (лізингодавців) за 9 місяців 2017 року. [Електронний ресурс] – Режим доступу: https://nfp.gov.ua/files/OgliadRinkiv/FK/FK_3%20%D0%BA%D0%B2_2017.pdf
5. Покаместова И.Е. Эффективная организация факторингового бизнеса: дис. на соискание уч. степени канд. экон. наук: 08.00.10 «Финансы, денежное обращение и кредит» / М.Ю. Лаврик. – Москва, 2007. – 172 с.
6. Статистичний збірник «Діяльність суб'єктів господарювання за 2016 рік». [Електронний ресурс] – Режим доступу: // http://www.ukrstat.gov.ua/druk/publicat/kat_u/publ9_u.htm
7. Ступницький О.І. Сучасний факторинг ефективність торговельних операційта управління корпоративними фінансами: навч. посібн. / О.І. Ступницький, В.М. Коверда. – К. : Вид.-поліграф. центр «Київський університет», 2010. – С. 255
8. Цивільний кодекс України: Кодекс України прийнятий Верховною Радою України від 16.01.2003 р. № 435- IV. [Електронний ресурс]: / Верховна Рада України – Режим доступу: http://zakon.rada.gov.ua

Manolov Ts.L.
PhD, Assistant Professor
Department of Accounting,
University of Economics, Varna, Bulgaria

ANALYSIS OF CREDITWORTHINESS OF ENTERPRISES IN VARNA REGION (BULGARIA) AS A PREREQUISITE TO DEVELOPMENT OF AN EFFECTIVE FINANCIAL STRATEGY

Манолов, Цв.Л.
доктор, асистент
Катедра „Счетоводна отчетност”,
Икономически университет-гр.Варна, България

АНАЛИЗЪТ НА КРЕДИТОСПОСОБНОСТТА НА ПРЕДПРИЯТИЯТА ВЪВ ВАРНЕНСКИ РЕГИОН (БЪЛГАРИЯ) КАТО ПРЕДПОСТАВКА ЗА РАЗРАБОТВАНЕ НА ЕФЕКТИВНА ФИНАНСОВА СТРАТЕГИЯ

This article is an attempt to investigate the creditworthiness of the largest enterprises in the region of Varna. The period, which have been analyzed, is three years. The study is based on information, contained in enterprises' annuals financial statements.

Key words: *financial analysis, creditworthiness, financial strategy.*

Настоящата статия представлява опит да бъде изследвана кредитоспособността на най-големите предприятия във Варненски регион, като е анализиран период от 3 години. Изследването е направено въз основа на информацията, съдържаща се в годишните им финансови отчети.

Ключови думи*: финансов анализ, кредитоспособност, финансова стратегия.*

Въведение

Въпреки че кредиторите и финансовите анализатори винаги са се интересували от способността на кредитополучателите да погасяват своите задължения, за първи път понятието „кредитоспособност“ се появява в икономическата литература през 18-ти век в трудовете на А. Смит, Дж. Кейнс и Н. Бунге [1].

От тогава до днес са използвани различни дефиниции за изясняване на същността на понятието, в зависимост от това дали се е изследвала кредитоспособността на държава, предприятие или физически лица. Кредитоспособността може да бъде представена и от позицията на оценката на банковия кредитен риск и класифицирането на рисковите експозиции на банките, т.е. като елемент на стандартната кредитна технология [2]. Предвид характера на настоящата разработка и факта, че в нея са изследвани въпросите, свързани с възможностите за използване на финансовия анализ при определяне на кредитоспособността на предприятията-кредитополучатели, като част от разработването на успешна финансова стратегия, бе направено литературно обследване, в резултат на което се установи, че за целите на настоящото изследване, най-подходяща е дефиницията, че „кредитоспособността е желанието и възможността на кредитополучателя да погаси своя дълг [3].

Избор на извадка

Практическото изследване е извършено на базата на данни от годишните финансови отчети на предприятията с най – високи приходи във Варненски регион. Във фокуса му попадат петдесетте нефинансови дружества, които са включени в рейтингова класация Актив® Варна Топ 50 [4]. Подреждането е по приходи за съответната година, които са основен критерий за попадане в класацията. В нея не попадат банки, застрахователни дружества, лизингови компании, инвестиционни посредници и дружества със специална инвестиционна цел. Данните са събрани от заявените от дружествата индивидуални годишни финансови отчети в Търговския регистър към Агенция по вписванията.

Изследван е тригодишен период от време от 2013 до 2015 година. От петдесетте дружества, които попадат в класацията за 2013 година са изключени четири предприятия – две от тях нямат заявен ГФО за 2015 година, за едно дружество е публикуван нечетлив ГФО за 2015 година, едно дружество има промяна в седалището в друг град през 2014 година.

Избор на показатели за оценка

В процеса на формиране на всяка една кредитна експозиция е необходимо да се направи анализ на кредитоспособността на кредитополучателя с оглед определяне на равнището на кредитния риск.

Традиционно това се извършва чрез изчисляването на вътрешен кредитен рейтинг, като обичайно за това се използва метода на матричния анализ по предварително зададени променливи компоненти. Въпреки, че в литературата и в практиката съществуват и десетобални скали за оценка на кредитния риск, за целите на настоящата разработка е използвана петобална скала, представена таблично по-долу:

Таблица1

Скала за оценка на кредитния риск

Степен на кредитен риск	Точки, присъдени на рисковата експозиция
Оптимален	7 до 11
Нискорисков	2 до 6
Среднорисков	-3 до 1
Високорисков	- 4 до - 8
Изключително рисков	- 9 до -11

Следва да се отбележи, че стойностите са индивидуални за всяка банка, поради което предложените в настоящата методика скали имат примерен характер и отразяват виждането на автора. В практиката определянето на тези стойности става на база на опита, който всяка една банка има при оценката на кредитоспособността на отделните си клиенти.

За определяне степента на кредитния риск е използвана система от показатели, характерни за нерейтинговите системи, като оценката им се основава на принципа на групирането на стойностите им, според това в коя група попадат (под/в/над стандарта). Когато резултатът е под стандартната стойност –показателят се оценява “–1”; в рамките на стандартната стойност – с “0”; над стандартната стойност – с “+1”.

Таблица 2

Примерна система от показатели, използвани за оценката на кредитния риск

Показатели [4]	Под стандарта	Стандарт	Над стандарта	Оценка
Показатели за ликвидност				
Коефициент на обща ликвидност	< 1.0	1.0 – 2.0	> 2.0	
Коефициент на бърза ликвидност	< 0.5	0.5 - 1.0	> 1.0	
Коефициент на абсолютна ликвидност	< 0.2	0.2 – 0.3	> 0.3	
Показатели за обращаемост				
Обращаемост на текущите активи	< 1	1-12	>12	
Период на събиране на вземанията от търговски контрагенти	> 365	30-365	< 30	
Показатели за финансова автономност				
Коефициент на задлъжнялост	> 0.40	0.3 – 0.4	< 0.30	
Коефициент на финансова независимост	< 0.15	0.15 – 0.35	> 0.35	
Коефициент на зависимост от финансови предприятия	< 1.00	1.00-2.00	> 2.00	
Показатели за рентабилност				
Коефициент на рентабилност на собствения капитал	< 10 %	10% - 15 %	> 15 %	
Коефициент на рентабилност на активите	< 3 %	3% - 10 %	> 10 %	
Коефициент на рентабилност на нетните приходи от продажби	< 0.25	0.25 – 0.35	> 0.35	
Други показатели, имащи отношение към степента на обслужване на дълга[5]				

Обобщаване на резултатите и формулиране на изследователските изводи за кредитоспособността на предприятията във Варненски регион

Емпиричното изследване на нефинансовите предприятия, които попадат в рейтинговата класация на Актив® Варна Топ 50 показа, че кредитоспособността на предприятията се запазва в относително постоянни граници през целия изследван период.

Таблица 3

Степен на кредитния риск на изследваните предприятия

Степен на кредитен риск	2015 г.		2014 г.		2013 г.	
	Брой предприятия	Отн. дял %	Брой предприятия	Отн. дял %	Брой предприятия	Отн. дял %
Оптимален	1	2.17	1	2.17	1	2.17
Нискорисков	12	26.09	12	26.09	10	21.74
Среднорисков	27	58.70	26	56.52	27	58.70
Високорисков	5	10.87	6	13.04	8	17.39
Изключително рисков	1	2.17	1	2.17	0	0.00
Общо	**46**	**100.00**	**46**	**100.00**	**46**	**100.00%**

Най-съществено е изменението по отношение на относителния дял на предприятията, попадащи в групата на високорисковите, като през анализирания период техният относителен дял е намалял с 6,52%, което се дължи на увеличаване на относителния дял на групата на изключително рисковите предприятия с 2,17% и на тази на нискорисковите с 4,35 %. Броят на

[4] Посочените стандартни стойности на показателите могат да се възприемат като удачни от гледна точка на банките – кредитори при анализа на кредитоспособността.

[5] Поради липсата на достатъчно информация в годишните финансови отчети на изследваните предприятия тези показатели няма да бъдат изчислявани в хода на настоящата разработка и няма да им бъдат задавани препоръчителни стойности.

предприятията, разпределени според степента на кредитен риск, както и техният относителен дял са представени в следващата таблица 3.

Независимо от обстоятелството, че през целия анализиран период над 80% от предприятията попадат в групата на ниско и среднорисковите, с цел изясняване влиянието на отделните фактори върху комплексната оценка на степента на кредитен риск е изследвано и изменението в стойностите на отделните коефициенти по отношение на предварително зададените стандарти, в резултат на което бяха направени и следните по-важни изводи:

- Неблагоприятно влияние върху кредитоспособността на изследваните предприятия оказват ниските стойности на коефициента за абсолютна ликвидност, което се дължи на относително високия процент на вземанията от общата сума на текущите активи;

- Кредитоспособността на предприятията се влошава в резултат на относително високото ниво на задлъжнялост, което се дължи преди всичко на наличието на краткосрочни задължения;

- Относително ниски са стойностите на показателите за рентабилност, което влошава кредитоспособността на предприятията;

- Необходимо е да се прецизира финансовата стратегия на дружествата най-вече по отношение подобряване събираемостта на краткосрочните им вземания /преди всичко вземанията от клиенти/ и подобряването на рентабилността на собствения капитал.

Литература:

1. О.И. Лаврушин, О.Н. Афанасьева, С.Л. Корниенко. Банковское дело: Современная система кредитования, Москва, 2007
2. Костова, Н., Атанасова, А., Захариев, П., Счетоводство на банките, Варна, изд. „Актив-К”, 2005, с.153-155; с.160-161
3. Stiglitz & Weiss, Credit Rationing in Markets with Imperfect Information, The American Economic Review, 1981, http://www.economia.puc-rio.br/Mgarcia/Macro%20II%20-%20Mestrado/StiglitzWeiss1981.pdf
4. http://www.activ.bg/class-activ.php

7. TAXATION AND ACCOUNTING SYSTEM

Abramova O.S.,
Ph.D. in Economics, Associate Professor
Tkachenko V.I.
student
Kharkiv Educational and Scientific Institute of SHEI "Banking University", Ukraine

STATE REGULATION OF TAXES ON WAGES IN UKRAINE

Абрамова О.С.
кандидат економічних наук, доцент
Ткаченко В.І.
студент
Харківський навчально-науковий інститут ДВНЗ «Університет банківської справи», Україна

ДЕРЖАВНЕ РЕГУЛЮВАННЯ ОПЛАТИ ПРАЦІ В УКРАЇНІ

The article deals with the features of personal income tax in Ukraine and in the EU. The analysis of the tax burden on wages in Europe is given. The necessity of reforms in the taxation of wages in Ukraine is grounded.

***Keywords**: personal income tax, taxes, tax burden, tax system, a differentiated approach, deductions from wages.*

Стаття присвячена дослідженню особливостей оподаткування доходів фізичних осіб в Україні та країнах ЄС. Здійснено аналіз податкового навантаження на заробітну плату в країнах Європи згідно звіту Paying Taxes 2017. Доведено необхідність проведення реформ в оподаткуванні оплати праці в Україні.

***Ключові слова:** оподаткування доходів фізичних осіб, податки, податкове навантаження, податкова система, диференційований підхід, вирахування із заробітної плати.*

Оплата праці в Україні регулюється ЗУ «Про оплату праці», Кодексом законів про працю, ЗУ «Про бухгалтерський облік та звітність в Україні», Положенням (стандартом) бухгалтерського обліку 26 «Виплати працівникам» (П(С)БО26) та багатьма іншими нормативними джерелами. Також в 2012 р. в Україні затверджені Міжнародні стандарти бухгалтерського обліку та розкриття інформації про виплати працівникам.

В Законі України «Про оплату праці» наведено наступне визначення заробітної плати: «це винагорода, обчислена, як правило, у грошовому виразі, яку за трудовим договором роботодавець виплачує працівникові за виконану ним роботу» [1]. Також ст. 2 цього ж закону визначено види заробітної плати: основна і додаткова заробітна плата, інші заохочувальні та компенсаційні виплати. Заробітна плата є доходом працівників, тож як і будь який інший дохід, вона оподатковується. Утримання із заробітної плати регулюється законодавством кожної країни. Наприклад, в Україні з 2016 р. із суми заробітної плати працівника не стягується сума єдиного внеску на загальнообов'язкове державне соціальне страхування, наразі ЄСВ сплачує роботодавець за кожного працівника у розмірі 22 % від місячного фонду оплати праці. Із заробітної плати працюючих утримують податок на доходи фізичних

осіб, ставка якого у загальному випадку становить 18%, а також стягується військовий збір за ставкою 1,5 %.

З огляду на існуючий рівень податкового навантаження на заробітну плату в Україні доцільним є аналіз систем оподаткування заробітної плати, що застосовується в різних країнах. Наприклад, у США із заробітної плати утримують такі види відрахувань: федеральні внески на соціальне страхування; федеральний прибутковий податок; прибутковий податок штату; відрахування на додаткове пенсійне забезпечення по старості, в доброчинні фонди. Утримують з зарплатні працівників США також медичний податок, пенсійний податок, податок у фонд безробітних. Як особливість можна відзначити, що прибутковий податок не стягується, якщо річний дохід людини менше 8900 дол. на рік (17900 дол. на рік для подружніх пар). Неоподаткований мінімум доходу не є постійною величиною – він змінюється з року в рік. Прибутковий податок в США має прогресивну шкалу, ставка податку може зростати від 10 % до 35 %.

Досить високі ставки податку на прибуток з доходів фізичних осіб застосовується до заробітної плати у Німеччині: від мінімальної ставки 19 % до максимальної – 53 %. Тут традиційно існує так звана класова система оподаткування, де в основу розподілу платників на класи покладений їх соціально-громадянський статус: неодружені працюючі без дітей; неодружені, розлучені, овдовілі; одружені за умові, що в сім'ї працює один із подружжя; працюють обоє з подружжя, але оподатковуються нарізно; працюючі, що одержують заробітну плату в декількох місцях. Наявність податкових класів за соціальною ознакою створює додаткові можливості користування пільгами шляхом переходу з класу в клас. У Франції розрахунок прибуткового податку виконує податкова служба. Всі доходи французів розділяються на вісім категорій. Особливість розрахунку прибуткового податку полягає у тому, що його розраховують на родину. Прибутковий податок у Франції береться з доходу за прогресивною шкалою від 5,5 % до 75 %. Неоподатковуваний мінімум становить 6011 євро на рік, при чому максимальну ставку 75 % застосовують при доході родини в 1 млн. євро. В Іспанії в декларацію про доходи резидента країни включаються всі доходи, які він одержав по всьому світі. Його статус визначається за весь податковий період незалежно від місця проживання. Податок розраховують за ставкою від 24 % до 52 %, при чому ставку 52 % застосовують з доходу у розмірі 300 тис. євро.

Прибутковий податок для фізичних осіб у Польщі платить кожен, хто отримує дохід у вигляді заробітної платні або від підприємницької діяльності [2]. Ставка податку на доход фізичних осіб в Польщі залежить від податкового порогу: якщо заробіток протягом року є меншим за 85528 злотих, то ставка податку складає 18%, а якщо вищий, то ставка зростає до 32%.

В Україні встановлено однаковий відсоток податку на доходи фізичних осіб незалежно від суми річного доходу та становить 18 %.Окремі платники податків мають право плати на суму податкової соціальної пільги (ПСП). Розмір ПСП становить 50 % прожиткового мінімуму для працездатної особи на 01 січня звітного року. У 2017 р. податкова соціальна пільга становить 800,00

грн., а граничний розмір доходу, до якого застосовується ПСП, дорівнює 2240,00 грн. Негативною рисою також є відсутність диференційованого підходу у встановленні податкових ставок на доходи фізичних осіб в Україні. Така ситуація негативно позначається на соціальному становищі в Україні, адже зростає прірва між бідними і багатими, зростає напруженість у суспільстві, знижується довіра населення до влади [3]. В Україні у 2017 р. прийняли закон про підвищення мінімальної заробітної плати до 3200,00 грн. на місяць, а прожитковий мінімум для працездатних осіб підвищили до 1600,00 грн.

Таким чином, спостерігається невідповідність у тому, що розмір мінімальної заробітної плати, яку зобов'язаний платити роботодавець працівникові у 2017 р. становить 3200,00 грн., перевищує граничний розмір доходу, до якого може застосовуватись пільга. Тобто, отримуючи мінімальну заробітну плату, працівник не має права на застосування податкової соціальної пільги. Підсумовуючи викладене, можливо виділити чотири найнебезпечніших загрози, які можуть статися після підвищення заробітної плати:

Першою загрозою є пошук джерел її фінансування заробітної плати за рахунок:

- державного бюджету, що призведе до збільшення державного боргу;
- скорочення працівників в усіх сферах, зокрема медицини, освіти, науки, спорту, і переведення їх на частину ставки, але з тим самим навантаженням;
- інфляційного ефекту, для чого буде здійснюватися подальша штучна девальвація гривні.

Другою загрозою є ризик росту безробіття на малих підприємствах. Певна частка малих підприємств не зможуть підвищити зарплату працівникам, у яких вона нижча за мінімальну, і, як наслідок, можна очікувати скорочень шляхом оптимізації виробничих процесів чи взагалі закриття бізнесів. Для тих, хто отримує мінімальну зарплату і доплату в «конверті», буде два варіанти: або роботодавець переведе частину «конверту» в офіційну зарплату і буде виплачувати збільшену суму в Пенсійний фонд (єдиний соціальний внесок) і в бюджет (податок на доходи фізичних осіб), або переведе таких співробітників на неповний робочий день і «заощадить» на платежах до держави. Аналітичний центр «HeadHunter» провів дослідження серед офісних співробітників, результати якого свідчать про те, що у 2016 р. 22 % працівників отримували «чорну» зарплату, 30 % отримували зарплату частково офіційно та частково «у конвертах» і лише 48% - офіційно [4]. Для некваліфікованої ж робочої сили, що не одержує зарплати у «конверті», існують варіанти гірше – перехід на неповний робочий день або звільнення.

Третьою загрозою є збільшення розміру єдиного соціального внеску (ЄСВ). Станом на 2016 р. для фізичних осіб - підприємців розмір ЄСВ становив 352,00 грн. в місяць, а тепер із підвищенням мінімальної зарплати вдвічі становить близько 704,00 грн. в місяць. Для багатьох мікробізнесів цей факт може означати закриття або перехід у тінь.

Четвертою загрозою є збільшення штрафів за порушення трудового законодавства у зв'язку із прямою залежністю їх від розміру мінімальної заробітної плати. Законодавством України передбачено штраф за допуск особи

до роботи без укладання трудового договору або з оформленням такої особи на неповний робочий день, якщо особа насправді працює повний. За дане порушення передбачена відповідальність у розмірі тридцяти мінімальних заробітних плат за кожного фактичного працівника, що з 01.01.17 р. складає 96 тис. грн. за кожну особу. А також може мати місце штраф за недопуск до перевірки контролюючих органів у розмірі ста мінімальних заробітних плат, встановлених на момент виявлення порушення, а саме з 01.01.17 р. сума такого штрафу становить 320 тис. грн. Враховуючи вищевикладене, такі розміри штрафів для роботодавців можуть спричинити скорочення персоналу або переведення його на неповний робочий день.

Отже, можливо зробити висновки, що для України підвищення мінімальної зарплати становить загрозу, що неминуче призведе до зростання цін. Зростання витрат на легальну оплату праці компаній будуть перекладатися на вартість продукції, а це означає, що за підвищення зарплат для частини населення заплатять в кінцевому підсумку всі споживачі. Підвищення мінімальної заробітної плати не призводить до різкого зростання доходів населення, а навпаки веде до нових перевірок для бізнесу та громадян. Спираючись на вищевикладене, можливо запропонувати наступні заходи у подальшому реформуванні оподаткування доходів фізичних осіб в Україні. По-перше, доцільно законодавчо встановити мінімальну суму доходів, з якої податок не буде стягуватися зовсім, і, як наслідок, малозабезпечені верстви населення будуть звільнені від оподаткування, що забезпечить їм трохи вищий рівень життя. По-друге, можливо розглянути впровадження в Україні диференційованих ставок оподаткування доходів фізичних осіб, тому як саме такий тип ставок є набагато зручнішим інструментом оподаткування, ніж уніфікований; тоді можливо сподіватись на справедливість та рівномірність оподаткування громадян із різним рівнем доходів. А також доцільно було б запропонувати зниження податку на пасивні доходи населення, що у свою чергу зможе підвищити рівень капіталовкладень у зростання банківської сфери, вітчизняного бізнесу та національної економіки загалом.

Тож Україна повинна продовжувати реформування оподаткування оплати праці, орієнтуючись на досвід успішних зарубіжних країн, проте пристосовувати до українських реалій, розробляти власну модель оподаткування, використовуючи теоретичні дослідження та практичні розробки вітчизняних аналітиків.

Література:

1. Про оплату праці: Закон України від 24 березня 1995 року [Електронний ресурс] .- Режим доступу http://zakon0.rada.gov.ua/laws/show/108/95-%D0%B2%D1%80
2. Щорічний рейтинг Світового Банку «Paying taxes 2017» [Електронний ресурс].- Режим доступу https://www.pwc.com/gx/en/services/tax/paying-taxes-2017.html
3. Федерація профспілок України. Інформаційно-аналітичні матеріали на засідання НТСЕРД до питання про стан реформування оплати праці. - Київ.-2016 [Електронний ресурс]. - Режим доступу: http/www.ntser.gov.ua/split/files/content/p1-ps.doc
4. Аналітичний центр «HeadHunter». Інформаційно-аналітичні матеріали про дослідження офісних співробітників. - Київ. - 2016 [Електронний ресурс]. - Режим доступу: https://hh.ua/article/21583

Shelemekh N. N.,
Candidate of Economic Sciences, Associate Professor
Russian State Agrarian University - Moscow Timiryazev Agricultural Academy

HEDGING OF OPERATIONS WITH FUTURES, FORVARDS, OPTIONS FOR THE PURPOSES OF TAXATION OF AGRICULTURAL MANUFACTURERS OF RUSSIA

Шелемех Н.Н.,
к.э.н., доцент
Российский государственный аграрный университет – МСХА имени К.А. Тимирязева, Россия

ХЕДЖИРОВАНИЕ ОПЕРАЦИЙ С ФЬЮЧЕРСАМИ, ФОРВАРДАМИ, ОПЦИОНАМИ ДЛЯ ЦЕЛЕЙ НАЛОГООБЛОЖЕНИЯ СЕЛЬСКОХОЗЯЙСТВЕННЫХ ТОВАРОПРОИЗВОДИТЕЛЕЙ РОССИИ

In the article advantages of hedging operations with futures, forwards, options for taxation of agricultural commodity producers are considered. The problems of their application are revealed.

Keywords: *Futures, forwards, options, hedging, agricultural commodity producers*

В статье рассмотрены преимущества хеджирования операций с фьючерсами, форвардами, опционами для целей налогообложения сельскохозяйственных товаропроизводителей. Выявлены проблемы их применения.

Ключевые слова: *фьючерсы, форварды, опционы, хеджирование, сельскохозяйственные товаропроизводители*

Использование производных финансовых инструментов или деривативов (англ. Derivatives) при реализации сельскохозяйственной продукции обусловлено финансовыми рисками, прежде всего ценовыми – изменением цен на сельскохозяйственную продукцию [2].

Инструментами управления ценовыми рисками для сельскохозяйственных товаропроизводителей могут быть, прежде всего, такие производные финансовые инструменты как, фьючерсные, форвардные, опционные договора.

Понятие производных финансовых инструментов в законодательстве России определено в Федеральном законе от 22.04.1996 N 39-ФЗ «О рынке ценных бумаг».

Производные финансовые инструменты могут иметь базисный актив. Базисным активом производных финансовых инструментов согласно Указаниям Банка России от 16.02.2015 N 3565-У «О видах производных финансовых инструментов», которыми фьючерсный, форвардный, опционный договоры определены как виды производных финансовых инструментов, являются ценные бумаги, товары, валюта, процентные ставки, другие указанные показатели и наступление определенных обстоятельств.

Товар может выступать базисным активом только в том случае, если для него существует достаточно ликвидный наличный рынок. Этому условию чаще всего соответствуют товары с малой глубиной переработки.

Таким образом, продукция сельского хозяйства может выступать базисным активом производных финансовых инструментов. В обеспечение

рентабельности сельскохозяйственной продукции для сельхозпроизводителей актуален и базисный актив в виде валюты, а в ряде случаев и ценные бумаги.

Для целей налогообложения в России форвардные, фьючерсные, опционные договора объединены единым понятием «производные финансовые инструменты», далее – ПФИ. Операции с ПФИ подлежат налогообложению налогом на добавленную стоимость и налогом на прибыль организаций.

Налогообложение операций с ПФИ имеет отличную от общего порядка специфику, связанную с особенностями формирования для целей налогообложения доходов и расходов у разных видов, применяемых ПФИ, порядком учета убытков при исчислении налога на прибыль организаций по операциям с ПФИ, а также составом их базисного актива.

Оформление сделок, предусматривающих отсрочку исполнения, договорами ПФИ, может ограничить возможные финансовые риски, способные оказать негативное влияние на результаты финансово-хозяйственной деятельности предприятия.

Хеджирование операций с ПФИ позволяет сельскохозяйственным товаропроизводителям оптимизировать налог на прибыль организаций и применять налоговую ставку 0% по ПФИ, базисным активом которых является собственная произведенная, произведенная и реализованная сельскохозяйственная продукция. Однако, применение налоговой ставки 0% при хеджировании операций с ПФИ для сельскохозяйственных товаропроизводителей в Налоговом кодексе Российской Федерации (далее НКРФ) прямо не зафиксировано, и следует из соответствующих норм формирования налоговых баз по ПФИ в условиях хеджирования.

Понятие ПФИ, перечень производных финансовых инструментов, приведенные в абзаце первом статьи 301 НКРФ, хотя и включены в главу 25 «Налог на прибыль организаций», но не уточняют, что эти понятия относятся только к плательщикам налога на прибыль организаций [1]. В последующих абзацах статьи 301 НКРФ делается акцент на то, что они применяются в целях главы 25 НКРФ. Статьи 302-305 НКРФ, в которых описывается порядок определения доходов (расходов), налоговой базы, при совершении операций с ПФИ, их оценки также уточняют, что приводимый порядок определяется в целях главы 25 НКРФ.

Порядок исчисления единого сельскохозяйственного налога (гл. 26.1 НКРФ) не предусматривает особого порядка определения доходов и расходов при использовании налогоплательщиками признанных для целей налогообложения ПФИ при осуществлении хозяйственных операций. Вместе с тем, при определении доходов у плательщиков единого сельскохозяйственного налога учитываются внереализационные доходы, определяемые в соответствии со статьей 250 НКРФ. Пункт 19 статьи 250 НКРФ предусматривает, что внереализационными доходами налогоплательщика признаются, в частности, доходы в виде доходов, полученных от операций с ПФИ, с учетом положений статей 301 - 305 НКРФ.

Таким образом, плательщики единого сельскохозяйственного налога могут применять договора производных финансовых инструментов при

осуществлении хозяйственных операций, классифицировать их как ПФИ, учитывать доходы, производить оценку в порядке, предусмотренном для ПФИ [2].

Перечень расходов, на которые могут быть уменьшены полученные доходы при применении единого сельскохозяйственного налога, закрыт (ст.346.5НКРФ). Указанный перечень не содержит расходов, которые возникают при использовании ПФИ, например, опционной премии, вариационной маржи и других. Также в перечне отсутствуют расходы, которые возникают у налогоплательщика при участии в организованных торгах, например, первоначальная маржа, комиссионные сборы, оплата услуг брокера и другие. Порядок исчисления единого сельскохозяйственного налога не предусматривает преимуществ налогообложения при использовании ПФИ в случае хеджирования.

Снижение финансовых рисков в условиях единого сельскохозяйственного налога при использовании ПФИ нивелируется отсутствием соответствующей законодательной базы по формированию расходов налогоплательщика. Внесение в главу 26.1 НКРФ норм исчисления налога в случае использования ПФИ, аналогичных нормам главы 25 НКРФ, устранит дискриминацию плательщиков единого сельскохозяйственного налога в рассматриваемом случае [3].

Литература:

1. Налоговый кодекс Российской Федерации (часть вторая)» от 05.08.2000 N 117-ФЗ (ред. от 03.07.2016).
2. Шелемех, Н.Н. Фьючерсы, форварды, опционы – признание для целей налогообложения // Бухучет в сельском хозяйстве. 2016. №1. С. 41-52.
3. Шелемех, Н.Н. Фьючерсы, форварды, опционы – признание для целей налогообложения // Бухучет в сельском хозяйстве. 2016. № 2 . С. 41-42.
4. Шелемех, Н.Н. Фьючерсы, форварды, опционы – цена сделки для целей налогообложения// Бухучет в сельском хозяйстве. 2016. № 3. С. 48-59.

8. ECONOMIC SECURITY OF BUSINESS ENTITIES

Zhyvko Z. B.,
Doctor of Science in Economics, Professor
Ruda O. I.,
Ph. D. in Economics, Associate Professor
Ruda I . I.
Ph. D. in Economics, Associate Professor
Lviv State University of Internal Affairs

COMPONENT OF PERSONNEL POTENTIAL AS STEM SECURITY OBJECTS

Zhyvko Z. B.
Doktor der Wissenschaften, Professorin, Inhaberin des Lehrstuhls für Management
Ruda O. I.
Doktor der Philosophie, Dozentin am Lehrstuhl für Ökonomie und Wirtschaftssicherheit
Ruda I . I.
Doktor der Philosophie, Dozentin am Lehrstuhl für Management
Staatliche Universität für Innere Angelegenheiten, Lwiw, Ukraine

DIE KOMPONENTE DES PERSONALPOTENZIALS ALS STAMMSICHERHEITSOBJEKTE

The article deals with the personnel safety of polygraphic companies. The personnel safety tasks of the company are analyzed in the design process of its personnel potential. Main goals of personal safety are also determined.

***Keywords**: Personnel safety, human resources, companies.*

Der Beitrag behandelt die Personalsicherheit der polygraphischen Betriebe. Die Personalsicherheitsaufgaben des Unternehmens werden im Gestaltungsprozess seines Personalpotenzials analysiert. Es werden auch Hauptziele der Personensicherheit bestimmt.

***Stichwörter**: Personalsicherheit, Personalpotenzial, Unternehmen.*

Aktualität des Themas. Das wirtschaftliche Sicherheitssystem inländischer Unternehmen ist im Werden begriffen. Die Unternehmen der verschiedenen zweigbedingten Zugehörigkeit, der Eigentumsformen und Betriebsgröße haben unterschiedliche Merkmale des Systems der wirtschaftlichen Sicherheit. Die modernen Forschungen des Systems der wirtschaftlichen Sicherheit des Unternehmens widmen sich der Identifizierung und der Definition aller ihrer Bestandteile, welche die Struktur und das Grundziel charakterisieren. Für Unternehmen verschiedener Branchen im System ihrer wirtschaftlichen Sicherheit spielen die verschiedenen Subsysteme eine führende Rolle. Die Reihenfolge der Lage dieser Subsysteme und ihre Wechselwirkung haben einen wesentlichen Einfluss auf die wirtschaftliche Sicherheit des Unternehmens. Trotz der permanenten Wichtigkeit solches Subsystems wie finanzielle Sicherheit im System der wirtschaftlichen Sicherheit des Unternehmens, hat die Stammsicherheit die erstklassige Bedeutung für viele Unternehmen.

Der Zweck des Artikels ist es, den konzeptionell-kategorischen Apparat der Personalsicherheit der polygraphischen Betriebe zu untersuchen.

Themenübersicht. Einen bedeutenden Beitrag zur theoretischen Entwicklung der Probleme der Formierung, der Entwicklung und der Bewertung von Investitionen in das Humankapital und zur Gewährleistung der Sicherheit des Personals haben folgende in- und ausländische Wissenschaftler geleistet: D. Boghinyz, S. Bru, H. Bosak, A. Grishnova, G. Dmitrenko, M. Zhivko, I. Zhuravlova, R. Zemskaya, A. Kiryanova, G. Kozachenko, A. Kudlay, A. Kuznetsova, A. Lyaschenko, C. McConnell, I. Migus, I. Revak, I. Risin, V. Savchenko und andere.

Präsentation. Die Grundlage jeder Wissenschaft ist ihr begrifflich-kategoriale Apparat. Dieser Apparat bildet sich allmählich heraus, ergänzt durch die neuen Konzepte und Begriffe. Der begrifflich-kategoriale Apparat stellt in erweitertem Sinne ein System von abgestimmten und gegenseitig verbundenen Begriffen und Kategorien dar, die für theoretische Erkenntnisse der Phänomenen und der Prozesse notwendig sind [1-6]. Den begrifflich-kategoriale Apparat betrachtet man auch als ein vollständiges System von Meinungen, welches sich auf den Kategorien niederlässt, die eine Schlüsselstellung in der Struktur jeder Lehre haben[2, 7].

Soweit diese Forschung direkt die Entwicklung der methodischen Sicherung der Stammsicherheit für die Verlags- und Druckindustrie betrifft, begründen wir die Wichtigkeit der Formierung der Humanressourcen mit Rücksicht auf die Notwendigkeit der Gewährleistung des Hochstandes der Sicherheit für die Geschäftsstrukturen gegebener Aktivitätsart.

Erstens, die Kompliziertheit der ausführbaren Arbeit in den Verlags- und Druckereien verlangt das entsprechende Ausbildungs- und Qualifikationsniveau der Beschäftigten. Eine lange Anpassungszeit an die Hauptspezialisierung, verursacht einen erheblichen Personalmangel. Die damit verbundene wachsende Gefahr der Unstimmigkeit des beruflichen Qualifikationsniveaus, wirkt negativ auf die Wettbewerbsfähigkeit der Produkte und der Unternehmen.

Zweitens, das schnelle Tempo der technischen Modernisierung, Umrüstung und Anwendung der neuesten innovativen Technologien erfordert eine systematische Schulung des Personals, um die Nichtübereinstimmungsdrohung von Kenntnissen und Fähigkeiten der Arbeitnehmer mit den Bedürfnissen des Produktionsprozesses, zu vermeiden.

Drittens, in der Ukraine beschäftigen sich heute nur wenige Bildungseinrichtungen mit der Ausbildung von Personal für die Verlags- und Druckindustrie. Wegen dieser Situation hat sich das Personalpotential der Unternehmen verringern.

Viertens, trotz der Tatsache, dass das Personal in den aktuellen Bedingungen des Managements in der Verlags- und Druckindustrie die wichtigste Ressource in jedem Unternehmen ist, ist es auch eine Quelle von internen Bedrohungen. Darum ist es notwendig, diesem Aspekt vor allem im Bereich der Personalsicherheit, besondere Aufmerksamkeit zu geben.

Fünftens, die komplizierten prognostizierenden Betriebsbedingungen für die Unternehmerstrukturen, die Unrentabilität ihrer Aktivitäten als Folge der Auswirkungen der Finanzkrise von 2008 wirken wesentlich auf die Aktivität und die Motivation des Personals ein, und erfordern folglich besondere Aufmerksamkeit und

Verbesserung des Personalpotentialbildungsprozesses unter Berücksichtigung der oben genannten Faktoren.

Die angegebenen Prioritäten der Bildung des Personalpotentials für die Unternehmen der Verlags- und Druckindustrie bestimmen eine solche Definition ihres Hauptziels unter dem Gesichtspunkt der Personalsicherheit. Die Identifizierung und die Neutralisierung von Bedrohungen zur Reduzierung möglicher Risiken bei der Auswahl, Ausbildung, Verbesserung des Qualifikations- und Bildungsniveaus, die Festlegung der Struktur und die Sicherung eines hohen Effektivitätsniveaus bei der Nutzung von Betriebspersonal.

Das Erreichen des Hauptziels beinhaltet die Lösung der folgenden Hauptaufgaben [6-8]:

- Die Identifizierung von Bedrohungen wegen des Missverhältnisses der Arbeitskompliziertheit, wegen der Ausstattung der Arbeitsplätze und der Qualifikationsbeurteilungen des Personals.
- Die Beseitigung von Mängeln in der Struktur des Personals nach den beruflichen Qualifikations- und soziodemografischen Merkmalen.
- Die Optimierung der Auslastung der Mitarbeiter.
- Die Minimierung der Bedrohungen in den Phasen der Ausbildung und der beruflichen Weiterbildung von Personal.
- Die Identifizierung und die Neutralisierung von Bedrohungen im System der Arbeitsmotivation.
- Die Erstellung und die Umsetzung von Maßnahmen, welche die Fluktuation der Arbeitskraft reduzieren und die verursachten negativen Auswirkungen vermindern.
- Die Prognostizierung der potenziellen ungünstigen Beeinflussung des externen Umfelds auf das Personalpotential des Unternehmens.
- Die Minimierung von Verlusten auf Grund der internen Bedrohungen durch das Personal.
- Die Sicherstellung der physischen Sicherheit für das Personal.
- Die Festlegung von Parametern für die Personalbewertung, insbesondere deren Sicherheit.

Das identifizierte Hauptziel und die entsprechenden Aufgaben der Personensicherheit sind als Grundlage für die Rückkehr zum Problem der Bestimmung des Wesens des Personalpotenzials, insbesondere seiner Struktur auf Grund der folgenden Überlegungen:

– erstens, die Gewährleistung eines hohen Personalsicherheitsniveaus, was für die Durchführung der effektiven Tätigkeit jedes Subjektes der Unternehmertätigkeit den Vorrang hat, erfordert eine Konzentration der Aufmerksamkeit nicht nur auf in der Liste stehender Arbeitnehmer, sondern auch auf die eventuellen Bewerber;

– zweitens, die oben angegebene These gründet sich auf den Ergebnissen der wissenschaftlichen Forschung von in- und ausländischen Forschern, die sich auf die Charakterisierung des Begriffs "Personal" konzentriert wurden;

– drittens, einzelne Wissenschaftler, unter anderem V. Leach, glaubte, dass das Personalpotenzial alle Erwerbstätigen und Nichterwerbstätigen umfasst, die nach dem

Bildungsniveau, der Erfahrung und der Qualifikation bestimmte Funktionen erfüllen können, aber aus bestimmten Gründen nicht in das System eingebunden sind oder beteiligt sind, aber nicht in Übereinstimmung mit ihren Bildungsniveau und ihre Qualifikation [9], was unserer Position auch entspricht;

– viertens, die Erweiterung des Personenkreises, welche die Basis für das Personalpotenzial bilden, erlaubt die Effektivität der Identifizierung von Bedrohungen und Risiken zu erhöhen und somit ein hohes Personalsicherheitsniveau zu sichern.

Also, ausgehend von dem Obigen, hat die Struktur des Personalpotentials unter dem Gesichtspunkt der Gewährleistung seiner Sicherheit die folgende Form (Abb.1) [6-7].

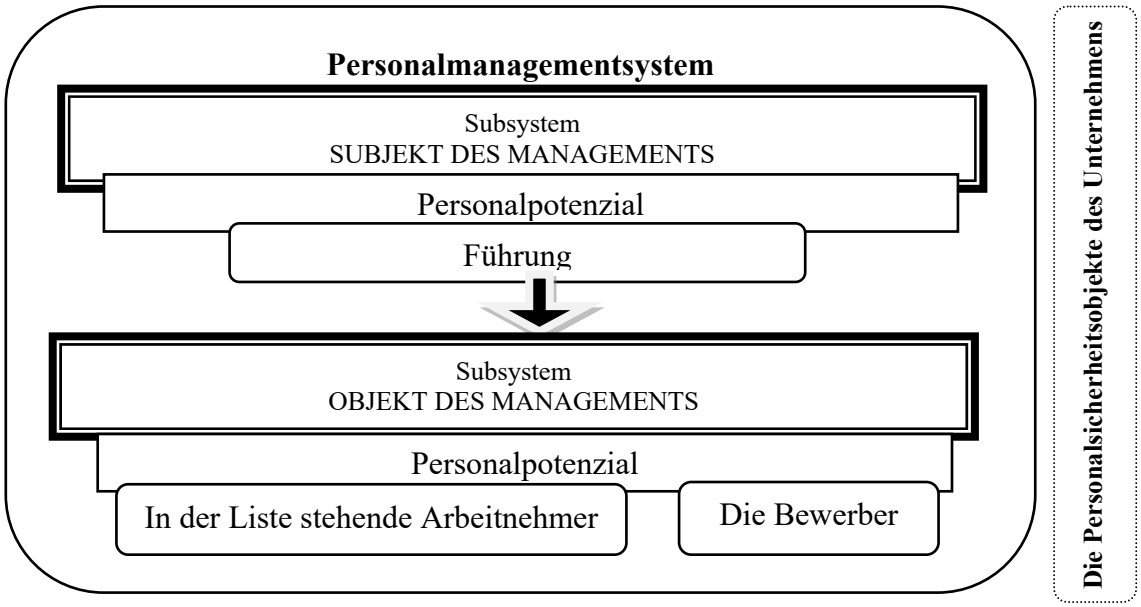


Abbildung 1. Die Komponente des Personalpotenzials als die Stammsicherheitsobjekte

Zu den Bewerbern konnte man zurechnen:

– Personen, die vorübergehend nicht erwerbstätig sind, aber nach dem Bildungsniveau und den Qualifikationen für die Arbeit im Unternehmen eingestellt werden können;

– Personen, die im Unternehmen beschäftigt waren und am Fernstudium auf Kosten der Rechtsperson teilgenommen haben;

– Personen, die in konkurrierenden Unternehmen arbeiten, aber unter bestimmten Bedingungen ihren Arbeitsplatz wechseln können.

Die Bildung einer solchen Liste von Arbeitsuchenden ermöglicht eine deutliche Verbesserung der Effizienz des Prozesses der Personalbildung durch die Senkung der Ausbildungskosten, die Verluste durch die Verringerung des beruflichen Qualifikationsniveaus und die Neutralisierung eines Teiles von der relevanten externen und internen Bedrohungen.

Es ist besonders zu bemerken, dass die Aufnahme in die Bewerbergruppe von Arbeitnehmern der Beschäftigten von konkurrierenden Unternehmen ein berechtigter Schritt ist, denn dank dieser gezielten Personalpolitik ist es möglich fertig

ausgebildete und somit hochqualifizierte Arbeitskräfte zu bekommen, die unter anderem wertvolle Informationen über den Produktionsprozess und andere Komponenten der Geschäftsgeheimnisse des Rivalen geben können. [8].

Schlussfolgerungen. Es kann also argumentiert werden, dass von der Bildung und Nutzung des Personalpotenzials die aktuelle und mögliche zukünftige Leistungsfähigkeit des Unternehmens abhängt. Durch die Auswahl von Personal und die Entwicklung seiner potentiellen Fähigkeiten versorgt sich das Unternehmen mit den Fachkräften, die unter den schwierigen Marktbedingungen arbeiten konnten und strategische Pläne des Unternehmens verwirklichen können. Die Personalsicherheit ist ein Subsystem der Wirtschaftssicherheit des Unternehmens, die eine geordnete Gesamtheit von Elementen der anderen Subsysteme ist. Komplexe Interaktion von diesen Subsystemen gewährleistet den Widerstand gegen interne und externe Bedrohungen durch die effektive Nutzung der verfügbaren Ressourcen, die Lokalisierung und die Beseitigung der Hindernisse bei der Realisierung der Unternehmensinteressen und fördert die Sicherung der Wirtschaftssicherheit des Unternehmens.

Literatur:

1. Kozachenko A. V. Ékonomycheskaya bezopasnostʹ predpryyatyya : sushchnostʹ y mekhanyzm obespechenyya / Kozachenko A. V., Ponomarev V. P., Lyashenko A. N. — K.: Lybra, 2003. — 280 s.
2. Lyashenko O. M. Kontseptualizatsiya upravlinnya ekonomichnoyu bezpekoyu pidpryyemstva : [monohrafiya] / Oleksandra Mykolayivna Lyashenko. — Luhansʹk: SNU im. V. Dalya, 2014. — 400 s.
3. Zhyvko Z. B. Osoblyvosti kadrovoho zabezpechennya sluzhby konkurentnoyi rozvidky v ekonomichniy bezpetsi firmy / Z. B. Zhyvko, M. O. Zhyvko,O. Y. Khomyn // Naukovyy visnyk LDUVS: Seriya ekonomichna, vyp. 2. – Lʹviv, 2006. – S. 306-327.
4. Zhyvko Z.B. Analiz pidkhodiv do vyznachennya ponyattya «kadrova bezpeka» / Z.B.Zhyvko, O.Z.Slipa, KH.Z.Bosak // Visnyk Kam´yanetsʹ-Podilʹsʹkoho natsionalʹnoho universytetu imeni Ivana Ohiyenka. Ekonomichni nauky. Vypusk 8. – Kam´yanetsʹ-Podilʹsʹkyy: Abetka, 2013. – S.28-31 .
5. Suchasni perspektyvy rozvytku system ekonomichnoyi bezpeky derzhavy ta sub'yektiv hospodaryuvannya : [kol. monohrafiya] / [za red. I. P. Mihus]. — Cherkasy: TOV "Maklaut", 2012. — 631 s. Burda I. YA. Teoretychni aspekty kadrovoyi bezpeky yak skladovoyi ekonomichnoyi bezpeky pidpryyemstva / I. YA. Burda // Naukovi zapysky : nauk.-tekhn. zb. Vyp. 1(34). — Lʹviv: UAD, 2014. — S. 22–28.
6. Burda I. YA. Ekonomichna bezpeka pidpryyemstva ta mistse v niy kadrovoyi bezpeky [Elektronnyy resurs] / I. YA. Burda // Efektyvna ekonomika. — 2014. — № 10. — Rezhym dostupu : http://www.economy.nayka.com.ua.
7. Zhyvko Z.B. Zabezpechennya sotsialʹno-ekonomichnoyi bezpeky derzhavy cherez pryzmu kadrovoyi bezpeky pidpryyemstva/Z.B.Zhyvko, O.Z.Slipa, A.I.Volʹnykh // Naukovyy visnyk Lʹvivsʹkoho derzhavnoho universytetu vnutrishnikh sprav. Seriya ekonomichna / holovnyy redaktor V.V. Sereda. – Lʹviv: LʹvDUVS, 2015. – Vyp. 2. – S. 207-216.
8. Lych V. M. Trudovyy potentsial: teoriya ta praktyka vidtvorennya / Lych V. M. — K.: Naukovyy svit, 2003. — 314 s.

Khaustova Yevheniia,
Ph. D (Economics), Associate Professor
Breus Svitlana
Ph. D (Economics), Associate Professor
Kyiv National University of Technologies and Design (Ukraine, Kyiv)

RESEARCH OF INFLUENCE OF THE INTELLECTUAL COMPONENT OF ACTIVITY OF HIGHER EDUCATION INSTITUTIONS ON THEIR ECONOMIC SECURITY

Хаустова Є.Б.,
канд. екон. наук, доцент
Бреус С.В.
канд. екон. наук, доцент
Київський національний університет технологій та дизайну (Україна, Київ)

ДОСЛІДЖЕННЯ ВПЛИВУ ІНТЕЛЕКТУАЛЬНОГО СКЛАДОВОЇ ДІЯЛЬНОСТІ ВИЩИХ НАВЧАЛЬНИХ ЗАКЛАДІВ НА ЇХ ЕКОНОМІЧНУ БЕЗПЕКУ

In the article identified reliability of the protection of innovation and human capital of universities as a component of the intellectual, based on the results of the analysis of changes in the indicators of innovation activity and the development of scientific and pedagogical staff of the University according to TOP-200 rating for Ukraine for 2013-2017 years. Research done of influence of intellectual component of activity of higher educational institutions on their economic security.

Keywords: *higher education institutions, innovation activity, intellectual capital, integral indicator of higher education activities, quality of training, international recognition, higher educational institutions economic security, Balanced Scorecard.*

В статті на підставі результатів аналізу змін індикаторів інноваційної діяльності та розвитку науково-педагогічного персоналу вищих навчальних закладів за даними рейтингу ТОП-200 Україна за 2013-2017 роки, визначено надійність захисту інноваційного та людського капіталів ВНЗ як складових інтелектуального. Здійснено дослідження впливу інтелектуального складової діяльності ВНЗ на їх економічну безпеку.

Ключові слова: *вищі навчальні заклади, інноваційна діяльність, інтелектуальний капітал, інтегральний показник діяльності ВНЗ, якість навчання, міжнародне визнання, економічна безпека ВНЗ, збалансована система показників.*

З метою визначення загроз від зовнішньої агресії та можливостей захисту інтелектуального капіталу у сфері вищої світи проаналізовано зміну інтегрального показника діяльності 13 з 18 вищих навчальних закладів (ВНЗ) переміщених з тимчасово окупованих територій Криму, Донецької та Луганської областей [1] та їх місць у рейтингу ТОП-200 Україна за 2013-2017 роки (при цьому враховано, що рейтинг у 2014 році сформовано за фактичними даними 2013 року) [2-5] (таблиця 1).

Порівняння їх рейтингів за даними таблиці 1 свідчить, що незважаючи на об’єктивні складнощі в організації навчального процесу цих ВНЗ у результаті переміщення (недостатній рівень необхідного науково-методичного та матеріально-технічного забезпечення, значні кадрові втрати, а також скорочення контингенту студентів) перша група з 6-ти ВНЗ не залишила межі своєї півсотні в ТОП-200 Україна, а першим 5-и вишам вдалося утримати та

навіть покращити значення інтегрального показника.

Таблиця 1

Значення інтегрального показника діяльності ВНЗ в рейтингу ТОП 200 Україна / місце ВНЗ в рейтингу ТОП 200 Україна

Назва вищого навчального закладу	Інтегральний показник діяльності ВНЗ в рейтингу ТОП 200 Україна / місце ВНЗ в рейтингу ТОП 200 Україна			
	2014 рік	2015 рік	2016 рік	2017 рік
Донецький національний технічний університет	31,4/18	39,0/16	34,8/20	32,1/25
Донецький національний університет імені Василя Стуса	28,1/23	35,63/20	32,7/25	31,6/27
Східноукраїнський національний університет імені Володимира Даля	27,1/30	32,8/27	31,2/34	27,7/41
Донецький національний університет економіки і торгівлі імені Михайла Туган-Барановського	23,1/58	26,5/52	25,4/58	22,7/74
Донбаський державний технічний університет	17,0/116	20,2/115	19,5/120	18,3/37
Донбаська національна академія будівництва і архітектури	13,9/164	16,6/151	14,9/169	14,6/173
Луганський національний університет імені Тараса Шевченка	29,8/21	33,0/25	31,1/31	27,3/64
Донецький національний медичний університет	28,1/23	33,3/23	31,6/30	22,3/85
Таврійський національний університет імені В. І. Вернадського	26,8/32	32,9/26	– *	18,8/127
Луганський державний медичний університет	22,6/61	25,2/61	24,5/67	16,7/154
Донецький державний університет управління	22,2/65	25,1/64	24,5/66	20,3/112
Луганський національний аграрний університет	19,5/90	20,0/118	18,6/123	16,0/162
Луганська державна академія культури і мистецтв	– *	12,4/195	11,4/197	– *

** – ВНЗ відсутній у рейтингу у зазначений період*

До другої групи ВНЗ за змінами рейтингових позицій слід віднести ті виші, позиції яких погіршились в наступних півсотнях рейтингу та одночасно відбулось зниження їх інтегрального показника: Луганський національний університет ім. Т. Шевченка, Донецький національний медичний університет, Таврійський національний університет імені В. І. Вернадського, Луганський державний медичний університет, Донецький державний університет управління, Луганський національний аграрний університет.

До останньої групи можна віднести ВНЗ, переміщені з тимчасово окупованих територій ті, що покинули рейтинг (Луганська державна академія культури і мистецтв) або взагалі не входили до двох сотень найкращих закладів України протягом 2013-2017 років (Луганський державний університет внутрішніх справ імені Е. О. Дідоренка, Донецький юридичний інститут МВС України, Донецький обласний інститут післядипломної педагогічної освіти, Горлівський інститут іноземних мов державного вищого навчального закладу «Донбаський державний педагогічний університет, Луганський обласний інститут післядипломної педагогічної освіти).

Згідно рейтингу ТОП-200 Україна [5] інтегральний показник діяльності ВНЗ (ІЗ) складається з таких критеріїв: Оцінка якості науково-педагогічного потенціалу (Інп), Оцінка якості навчання (ІН); Оцінка міжнародного визнання

(ІМВ). Для їх формування використовуються 24 індикатори прямого виміру з сумарною вагою 80%, показник інформаційних ресурсів (якість та функціональна повнота веб-сайтів університетів) – 5% і результати експертного оцінювання з ваговим коефіцієнтом 15% (рівня базової, загальноосвітньої підготовки студентів, рівня їхньої фахової підготовки, рівня практичного володіння інформаційними технологіями, затребуваності випускників вишів на ринку праці).

Починаючи з 2015-2016 років удосконалено методику визначення рейтингів ТОП-200 Україна шляхом додаткового введення критерію «Інноваційна діяльність університетів» в розрахунку індексу якості науково-педагогічного потенціалу. Даний критерій кількісно визначає обсяги інвестицій від приватного та високотехнологічного бізнесу (наукові парки, промислові кластери, окремі Startup тощо). Крім того, для оцінювання міжнародного визнання освітнього закладу додатково враховується його участь у програмах «Горизонт 2020», Seventh Framework Programme, TEMPUS, Erasmus+.

Такими нововведеннями в рейтингу було посилено фактор впливу інтелектуальної складової через оцінку інноваційної діяльності та розвитку науково-педагогічних працівників, що визначило деякий перерозподіл рейтингових місць серед вітчизняних ВНЗ у 2015-2017 роках на користь технічних або класичних університетів із світовим рівнем визнання науково-академічних досягнень та традицій.У свою чергу використання індикаторів оцінки інноваційної діяльності та розвитку науково-педагогічних працівників дозволяє визначити надійність захисту інноваційного та людського капіталів як складових інтелектуального капіталу ВНЗ.

Таблиця 2

Індекси інтегрального показника рейтингу ВНЗ

Назва ВНЗ (місце у рейтингах 2013/2017 років)	Оцінка якості науково-педагогічного потенціалу		Оцінка якості навчання		Оцінка міжнародного визнання	
	2013 рік	2017 рік	2013 рік	2017 рік	2013 рік	2017 рік
Донецький національний технічний університет (18/25)	9,6	10,2	9,5	9,7	12,3	12,2
Донецький національний університет імені Василя Стуса (23/27)	15,1	9,7	5,6	9,7	7,4	12,1
Східноукраїнський національний університет імені Володимира Даля (30/41)	6,8	8,3	7,7	7,3	12,7	12,0
Донецький національний університет економіки і торгівлі імені Михайла Туган-Барановського (58/74)	6,3	8,0	5,6	6,7	11,1	8,0
Донбаський державний технічний університет (116/137)	6,6	7,5	4,0	5,0	6,4	5,7
Донбаська національна академія будівництва і архітектури (164/173)	3,8	5,5	3,9	4,3	6,1	4,9

Дані таблиці 2 свідчать, що вирішальним для рейтингу 3-х з першої групи ВНЗ став індекс міжнародного визнання, зокрема кількість та обсяг фінансування проектів та грантів в рамках європейських програм «Горизонт

2020», TEMPUS, Erasmus+ та інших. Незважаючи на незначне зниження індексна якості навчання у Східноукраїнського національного університету ім. В. Даля та відчутне погіршення індексу якості науково-педагогічного потенціалу у Донецькому національному університеті ім. В. Стуса, цим ВНЗ та Донецькому національному технічному університету за рахунок їх активної участі в міжнародних дослідницьких програмах вдалося покращити інтегральний показник рейтингу. Кількість проектів TEMPUS IV PROJECTS у зазначених закладах коливається за період 2013-2017 років від 3 до 6, без урахування програм мобільності.

У той же час при позитивній динаміці індексів якості науково-педагогічного потенціалу та якості навчання з одночасно негативною динамікою індексу міжнародного визнання значно погіршується рейтинг інших 3-х з першої групи ВНЗ: Донецького національного університету економіки і торгівлі ім. М. Туган-Барановського (кількість міжнародних проектів 2), Донбаського державного технічного університету (кількість міжнародних проектів 1), Донбаської національної академії будівництва і архітектури (кількість міжнародних проектів 1). Загалом, навіть при позитивній динаміці індексів якості науково-педагогічного потенціалу та якості навчання одночасно з негативною динамікою індексу міжнародного визнання у зазначених вище ВНЗ значно знизилися рейтингові позиції за останні 4 роки. Слід відмітити, що розглянуті ВНЗ мають статус регіональних або не мають значного міжнародного визнання та відносно програють за популярністю серед абітурієнтів. Погіршення їх позицій у рейтингах, зокрема ТОП 200 Україна можна вважати загрозою їх економічній безпеці. Зазначені факти можуть підтверджувати взаємозв'язок між людським та інноваційним капіталом [6], а також свідчити про відносно високу надійність їх захисту у таких ВНЗ як: Донецький національний технічний університет, Донецький національний університет ім. В. Стуса, Східноукраїнський національний університет ім. В. Даля.

Загалом можна зазначити, що складові рейтингу ТОП-200 Україна [5], що входять до оцінки інтегрального показника діяльності ВНЗ є також складовими методичного підходу до оцінювання економічної безпеки ВНЗ відповідно до підходів формування збалансованої системи показників (Balanced Scorecard – BSC), що складається з фінансової, клієнтської, організаційної й складової навчання та розвитку персоналу, розглянутої в працях її авторів [7]. Зазначені критерії можуть бути враховані у методичному підході до оцінювання економічної безпеки ВНЗ у групах клієнтської, організаційної й складової навчання та розвитку персоналу BSC.

Література:

1. Переміщенні ВНЗ: три роки на новому місці [Електронний ресурс]. – Режим доступу: http://vnz.org.ua/statti/9793-peremischenni-vnz-try-roky-na-novomu-mistsi.
2. «Топ 200 Україна» 2017: Інноваційність і суспільна затребуваність - головні критерії діяльності університетів [Електронний ресурс]. – Режим доступу: http://www.euroosvita.net/index.php/?category=1&id=5209.
3. Інтегральний показник діяльності ВНЗ України за результатами визначення рейтингів університетів України III, IV рівнів акредитації «Топ-200 Україна» у 2014 році

[Електронний ресурс]. – Режим доступу: http://www.euroosvita.net/index.php/?category=1&id=3281.
4. Інтегральний показник діяльності ВНЗ України за результатами визначення рейтингів університетів України III, IV рівнів акредитації «Топ-200 Україна» у 2015 році [Електронний ресурс]. – Режим доступу: http://www.euroosvita.net/index.php/?category=1&id=4069.
5. Олеся Линовицька: Університетські рейтинги, як невід'ємна складова інтеграційних процесів в економіці і суспільстві [Електронний ресурс]. – Режим доступу: http://www.euroosvita.net/index.php/?category=1&id=4757.
6. Ayub, U., Kausar A., Qadri M. Linking Human Capital and Organisational Innovative Capabilities of Financial Institutions: Evidence from a Developing Country of South Asia // Journal of information & knowledge management, Volume Year): 16 (2017), Issue (Month): 04 (December), p. 1-23.
7. Kaplan R. S., Norton D. P. The Balanced Scorecard – Measures that Drive Performance / R. S. Kaplan, D. P. Norton [Електронний ресурс]. – Режим доступу: https://hbr.org/2005/07/the-balanced-scorecard-measures-that-drive-performance.

9. MATHEMATICAL METHODS IN ECONOMY

Azarova A. O.,
PhD, Professor
Moroz O.V.,
Doctor of economic science, Professor
Zhalin Y. O.
Vinnytsia National Technical University, Vinnytsia

THE MATHEMATICAL MODEL OF ENTERPRISES INNOVATION ATTRACTIVENESS ON THE BASIS OF FUZZY LOGIC THEORY

Abstract.*The mathematical model of enterprises innovation attractiveness on the basic of fuzzy logic theory is proposed in the article.*

Key words: *innovation attractiveness, fuzzy logic, innovative attractiveness, fuzzy logic, matrix of knowledge, mathematical model.*

INTRODUCTION

In conditions of modern development of market relations an important indicator of the efficiency of enterprises production, increasing its competitiveness, ensuring the stable growth of subjects of different forms of ownership and management is the automation of the processes of enterprise innovation attractiveness (IAE) management by means of mathematical modeling.

Problems of innovative attractiveness were studied in the fundamental works of such domestic and foreign scientists as R. Akof, O. Bakayev, N. E. Boytsun, M. P. Buslenko, V. V. Vitlinsky, S. G. Diordits, F. Emmer, P. Whitfield, P. Drucker, M. A. Kizim, T. S. Klebanova, V. F. Kovalchuk, N. I. Kostyna, Y. G. Lysenko, A. M. Mariuta, A. Galchinsky, B. Grinev, O. Lapko, V. F. Sitnik, M. I. Skrypnichenko, V. M. Tomashevsky and others. However, existing models and approaches of IAE level estimation are too limited, they do not take into account a wide range of different parameters of the external and internal environments influence and are poorly formalized.

Table 1

Components which have influence on the enterprise innovative attractiveness

Innovative attractiveness of the enterprise		
Enterprise infrastructure	Financial statement	Organizational characteristics
- industrial infrastructure; - innovation infrastructure; - information infrastructure; - social infrastructure.	- venture capital; - financial independence; - level of assets liquidity; - solvency level; - purposeful use of money; - external sources of financial activity financing; - high quality management at the enterprise.	- staff fluidity; - motivation; - labor discipline; - corporate culture; - productivity; - innovation infrastructure.

The aim of this work is to develop a mathematical model for estimating the level of enterprise innovative activity, which would allow for a clear formalization of

expert assessments, has a flexible structure and high adaptability, and takes into account all factors of influence.

To form the set of input parameters should be taken into account for estimating of enterprise innovation attractiveness level the components such as those in the table 1 [1].

In our model, as universal sets for the linguistic variables terms, we take ranges of possible values of the corresponding indicators of the estimation of IAE level.

The set L of the primary input indicators l_c $(c = \overline{1,C})$ makes possible to determine the set $X = \{x_{ij}\}$, $i = \overline{1,n}$, $n=3$, $j=\overline{1,L}$, $J=17$ of estimation parameters. In turn X is the basis for identifying the set of functions f_1 ... f_3, which make possible the estimation of enterprise innovation attractiveness by a set of output parameters $ID = (ID_k), k = \overline{1,K}, K = 3.$

Thus, the mathematical model of such a process is proposed by the authors like below [2]:

$$L \xrightarrow{F_1} X \xrightarrow{F_2} ID_k, F_1 : J \to X; F_2 = F(f_1, f_2, f_3),$$
$$f_1 = g_1(x_{11} \ldots x_{14}), f_2 = g_2(x_{21} \ldots x_{27}), f_3 = g_3(x_{31} \ldots x_{36}) \quad (1)$$

The set of input and output parameters, all the functions of aggregation in their consistent execution is described in the structural model of IAP estimation (fig. 1).

On the basis of estimation parameters x_{ij}, $i=\overline{1,3}$; $X_j=\overline{1,17}$ are formed the set of aggregation functions: f_1 – function of enterprise infrastructure; f_2 – function of the enterprise financial statement; f_3 – function of enterprise organizational characteristics.

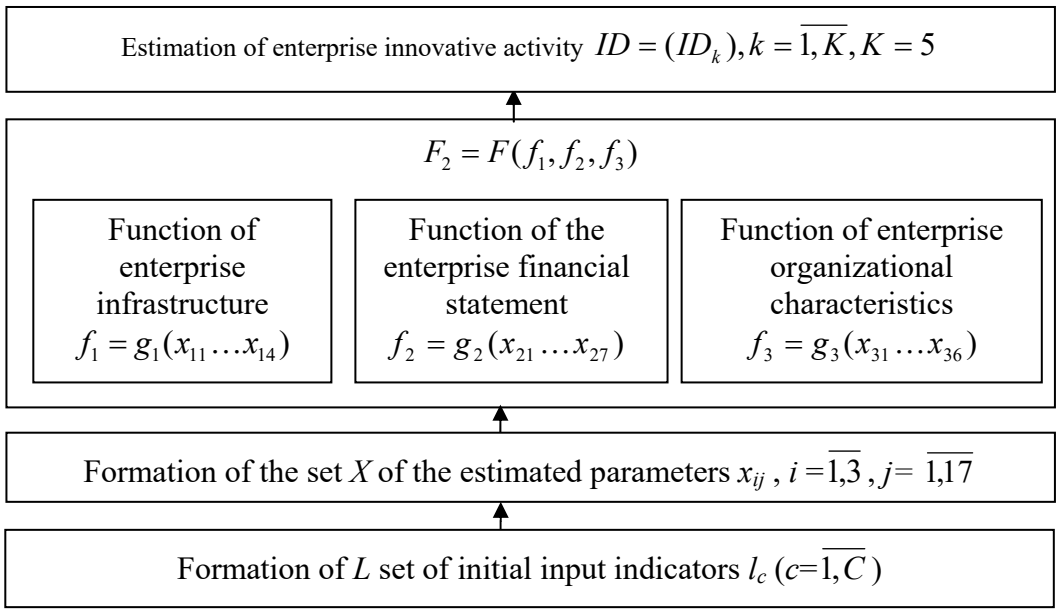


Figure 1. Structural model for IAE estimating

To evaluate the parameters $x_{11}, \ldots, x_{14}$, $x_{21}, \ldots, x_{27}$, $x_{31}, \ldots, x_{36}$ it is necessary to use three fuzzy terms $t=\overline{1,T}$, $T=3$, since they accurate take into account the specifics of the described parameters. Imagine the value of these indicators on a scale of "0-1".

On the basis of agreed (by the authors of the article) expert information was composed matrices of knowledge for the estimation of aggregation functions (f_1 – function of enterprise infrastructure; f_2 – function of the enterprise financial statement; f_3 – function of enterprise organizational characteristics). Let's illustrate, for example, the matrix of knowledge for enterprise infrastructure function (table 1) [3].

Table 1

The matrix of knowledge for estimating the level of functions f_1 – enterprise infrastructure

x_{11}	x_{12}	x_{13}	x_{14}	f_1
B	*B*	*B*	*B*	*B*
B	*B*	*C*	*B*	
C	*B*	*B*	*C*	*BC*
C	*C*	*B*	*B*	
C	*B*	*C*	*C*	*C*
C	*C*	*H*	*C*	
C	*C*	*C*	*C*	*HC*
H	*C*	*C*	*C*	
H	*C*	*H*	*H*	*H*
H	*H*	*H*	*H*	

On the basis of 3 knowledge matrices, the authors of the article have composed the logical equations for all aggregation functions. In particular, for f_1 such equations are as follows [4]:

$$\mu^B(f_1) = \mu^B(x_{11}) \cdot \mu^B(x_{12}) \cdot \mu^B(x_{13}) \cdot \mu^B(x_{14}) \vee \mu^B(x_{11}) \cdot \mu^B(x_{12}) \cdot \mu^C(x_{13}) \cdot \mu^B(x_{14});$$

$$\mu^{BC}(f_1) = \mu^C(x_{11}) \cdot \mu^B(x_{12}) \cdot \mu^B(x_{13}) \cdot \mu^C(x_{14}) \vee \mu^C(x_{11}) \cdot \mu^C(x_{12}) \cdot \mu^B(x_{13}) \cdot \mu^B(x_{14});$$

$$\mu^C(f_1) = \mu^C(x_{11}) \cdot \mu^B(x_{12}) \cdot \mu^C(x_{13}) \cdot \mu^C(x_{14}) \vee \mu^C(x_{11}) \cdot \mu^C(x_{12}) \cdot \mu^H(x_{13}) \cdot \mu^C(x_{14});$$

$$\mu^{HC}(f_1) = \mu^C(x_{11}) \cdot \mu^C(x_{12}) \cdot \mu^C(x_{13}) \cdot \mu^C(x_{14}) \vee \mu^H(x_{11}) \cdot \mu^C(x_{12}) \cdot \mu^C(x_{13}) \cdot \mu^C(x_{14});$$

$$\mu^H(f_1) = \mu^H(x_{11}) \cdot \mu^C(x_{12}) \cdot \mu^H(x_{13}) \cdot \mu^H(x_{14}) \vee \mu^H(x_{11}) \cdot \mu^H(x_{12}) \cdot \mu^H(x_{13}) \cdot \mu^H(x_{14}).$$

The main result of the research is working out of a mathematical model for estimating the level of IAE which based on the mathematical apparatus of the fuzzy logic theory. The advantage of the developed fuzzy model is that the connection between the input parameters and the output parameter is described with the help of natural language concepts that are objectively much more "closer" to expert analysts than abstract mathematical concepts. This ensures a high level of adequacy of composed mathematical model. Also, the developed model has a high ability to adaptation of expert data since it takes in to account a large number of parameters which can be optimized.

REFERENCES:

1. Kulinich T. V. Approaches to the estimation of the innovative attractiveness of regional business entities / T. Kulinich // Visnyk of Lviv Polytechnic. – 2011. – PP. 227–228.
2. Azarova A. O. Development of the mechanism for improvement of enterprise innovation activity by modern information technologies: monograph / A. O. Azarova, Y. O. Zhalin // Management of innovative, investment and economic activities of integrated associations and enterprises. – 2016. – №1. – P. 124–133.
3. Azarova A. O. Mathematical modeling of estimation process of innovation attractiveness of enterprise / A. O. Azarova, Y. O. Zhalin // Economics, management, law: realities and

perspectives: Collection of scientific articles. – Les Editions L`Originale, Paris, France, 2016. – 484 p. / P.175–178. – 2016.
4. Azarova A.O. Complex target program for improving the innovation process using modern automated means / A. O. Azarova, O. O. Moroz, A. V. Storozha // Bulletin of Sumy State University. – 2013. – № 4. – P. 102–109.

Ivakhnenko O.V.,
Ph.D. in economics, Associate Professor
Simon Kuznets Kharkiv National University of Economics, Ukraine

ESTIMATION OF THE MINIMUM WAGE CHANGING EFFECT ON THE REGIONAL VARIATION OF WAGES IN UKRAINE

Abstract. *To assess the dynamics of changes in interregional variation in wages, analytical tools based on econometric models are presented. The analysis of the influence of seasonal factors and the general tendency of the increase in the level of labor remuneration on the change in the variation of wages is introduced. Results of conducted econometric analysis of the effect on the regional variation of labor payment in Ukraine of the minimum wage institute are provided.*
Keywords: *wages, minimum wage, minimum salary, uneven development, labor market, regional development differences, remuneration.*

Differences in wages in different regions of the country conduce "competitive" and "uncompetitive" labor markets appearance, reduce the attractiveness of territories for employment, provoke migration, discontent and social disturbance in society. Regional differences in wages require studying, timely measurement and management by the state, since they underlie further regional discrepancies due to the cyclical nature and self-organization of the market mechanism [1].

One of the direct methods for social inequality in wages regulation in Ukraine is the institution of minimum wage (MW). By changing the size of the minimum wage, the state influences labor incomes formation processes.

As of the beginning of 2017, 22 countries from 28 EU members (except Denmark, Italy, Cyprus, Austria, Finland and Sweden) had legally formalized MW [6].

However, the influence of the minimum wage institution on the formation of labor incomes has not been studied thoroughly. For example, in [7] it is proved that the MW instituion has a positive effect on the growth of wages and incomes of the population in the USA. At the same time, similar studies for the UK highlight the negative impact of MW on the market [8].

The current researches suggests that the situation with the appropriateness of applying MW is solely individual and depends on the country and period of its development. At the same time, the effect of MW on interregional wage differentiation can be studied separately, as a necessary part of the process of investigating the impact of MW on income formation of as a whole.

The purpose of the article is to develop the methodology for estimating the impact of the minimum wage institution on chang of the regional variation of the labor incomes.

Preliminary analysis made allowed to formulate the following basic

hypothesis: the minimum wage increase leads to reduction in interregional variation of wages. Thus, if the basic hypothesis is confirmed, MW can be considered an important factor of influencing the convergence and divergence of regional development.

In order to verify the hypothesis the following algorithm is proposed:

1. selection of indicators (characteristics) to evaluate the level of regional variations in wage in a country;

2. identification of the dependence of the selected characteristics on time, including statistical description of type of the general trend of characteristics change over time and selection of form for describing seasonal changes;

3. testing the form of dependence of the selected characteristics on time and the MW factor, involving construction of alternative models for the dependence of the selected characteristics of the regional wages variation;

4. final selection of the best model for describing the influence of time and MW factors on wage variation;

5. economic interpretation of empirically-obtained conclusions.

The proposed algorithm was implemented for wages in Ukraine, the data were taken for the period from January 2010 to March 2017.

The coefficient of variation (V) [5] was chosen to be ~~as~~ an indicator of the level of regional wages variation. Graphical analysis of dynamics of the wages variation coefficient of allowed to make an assumption about presence of seasonality and the general growth trend of the indicator in time. Dummy variables were used to estimate the seasonality, the type of seasonality was defined as the additive one.

During the study the following dependencies of the coefficient of variation on time and the MW were tested: linear and polynomial trend with additive seasonal factors; linear and polynomial trend with additive seasonal factors and the minimum wage factor. The best quality was demonstrated by the model with ~~the~~ polynomial trend of the species $a_0 + a_2 * t^2$, with the additive seasonal component and with the minimum wage factor included in the regression (coefficient of determination 0.81, standard error 0.0076, Fisher criterion 23.986). More detailed testing of models is presented in [5].

Thus, in order to test the hypothesis the following regression model was chosen:

$$V_1 = a_0 + a_1 * t^2 + \sum_{i=2}^{12} a_i * D_i + b \quad * MinZp + \varepsilon, \qquad (1)$$

where V_1 – coefficient of wages regional variation; D_i – dummy-variables for seasonal factors; $a_0, a_1, .., a_{12}, b$ – coefficients of the model; $MinZp$ – minimal wage; ε – residuals of regression.

Table 1 presents estimates of the model`s parameters (1). Thus, the influence of the MW factor on the regional wage variation, measured by the coefficient of variation, turned out to be favorable (b <0). The regression model confirms the hypothesis that an increase in the minimum wage leads to a decrease in the interregional variation of wages in Ukraine, i.e. leads to equalization of labor incomes in different regions of the country. The proposed algorithm can be recommended for investigating the interregional variation in the wages of labor in other countries.

Table 1

Estimates for model`s parameters and their statistical significance

Model parameters	Estimates	Standard error of parameter estimation	t-statistics	P-value
a_0	0,220561075	0,003975	55,48566	1,94243E-61
a_1 (parameter for t^2)	6,60783E-06	5,38E-07	12,28151	1,95261E-19
b (parameter for $MtnZp$)	-3,1583E-05	3,05E-06	-10,3407	5,99598E-16
a_2	0,005110882	0,003987	1,281756	0,203984285
a_3	0,012622713	0,003981	3,17042	0,002225511
a_4	0,01550524	0,003976	3,899885	0,000211901
a_5	0,015758017	0,004073	3,868637	0,000235701
a_6	-0,00830429	0,004072	-2,03958	0,045011548
a_7	-0,02205926	0,00407	-5,42006	7,33481E-07
a_8	-0,01480418	0,004069	-3,63854	0,000508424
a_9	-0,00937217	0,004068	-2,30388	0,024078307
a_{10}	-0,01017887	0,004067	-2,503	0,014552299
a_{11}	-0,0080595	0,004066	-1,98212	0,051230083
a_{12}	-0,00825056	0,004066	-2,02904	0,046101295

REFERENCES:

1. Rehiony Ukrayiny: problemy ta priorytety sotsial'no-yekonomichnoho rozvytku: monohrafiya / [za zah. red. Z. S. Varnaliya]. – K. : Znannya Ukrayiny, 2005. – 498 p.
2. Newsrelease 25/2017-10 February 2017. - URL: http://ec.europa.eu/eurostat/documents/2995521/7860532/3-10022017-AP-EN.pdf/b5027315-0570-45df-9eb6-0cfda2f13dbc
3. Fiscal Policy Institute, "States with Minimum Wages Above the Federal Level have had Faster Small Business and Retail Job Growth " March 30, 2006. – URL: http://fiscalpolicy.org
4. Wadsworth, Jonathan (2009) Did the national minimum wage affect UK prices? CEP Discussion Paper, No. 947. Centre for Economic Performance, London School of Economics and Political Science, London, UK. – URL: http://cep.lse.ac.uk
5. Ivakhnenko O.V. Analitychnyi instrumentarii otsinky rehionalnoi variatsii zarobitnykh vlat v Ukraini Zbirnyk naukovykh prats «Upravlinnia rozvytkom». №4 (186). 2016. p. 50-57.
6. Official website of the Ministry of Finance of Ukraine. – URL: http://index.minfin.com.ua/index/average/
7. Official website of the State Statistical Service of Ukraine. – URL: http://ukrstat.gov.ua

Chichulin V.P.,
Candidate Engineering, Lecturer
Chichulina K.V.
Candidate Engineering
Poltava National Technical Yuri Kondratyuk University, Ukraine

ENHANCEMENT OF THE BUSINESS ACTIVITIES EFFICIENCY BASED ON ECONOMIC-MATHEMATICAL MODELING

Чичулин В.П.
к.т.н., доцент
Чичулина К.В.
к.т.н.
Полтавский национальный технический университет им. Юрия Кондратюка, Украина

ПІДВИЩЕННЯ ЕФЕКТИВНОСТІ ДІЯЛЬНОСТІ ПІДПРИЄМСТВ НА ОСНОВІ ЕКОНОМІКО-МАТЕМАТИЧНОГО МОДЕЛЮВАННЯ

The article defines the forecast values of net income from the sale of products (goods, works, services) and the cost of sales (goods, works, services) for future periods adapted to the conditions of PJSC "Poltavpivo" company operating in the food industry. The forecast of the partnership is calculated using the methods of determining the trend - the Foster-Stewart method, the rank correlation method, the method of the phase-frequency criterion for the Vallis and Moore differences symbols; forecasting method (dynamics series method) and the Holt method. The results of calculations are confirmed by the general methods of economic-mathematical modeling.

Keywords: *economic-mathematical modeling, forecast, efficiency, enterprise.*

В статті визначаються прогнозні значення чистого доходу від реалізації продукції (товарів, робіт, послуг) та собівартості реалізації (товарів, робіт, послуг) на майбутні періоди адаптовані до умов підприємства ПАТ «Фірма «Полтавпиво», яке працює в галузі харчової промисловості. Розрахований прогноз товариства за допомогою методів визначення тренду – методу Фостера-Стюарта, методу рангової кореляції, методу фазочастотного критерію знаків різниць Валліса та Мура; методу прогнозування (метод рядів динаміки) та методу Хольта. Результати розрахунків підтверджені загальними методами економіко-математичного моделювання.

Ключевые слова: *економіко-математичне моделювання, прогноз, ефективність, підприємство.*

Однією з головних ланок стратегії розвитку підприємства є отримання доходу (виручки) від виробництва продукції (товарів, робіт, послуг). Дохід – це збільшення економічних вигід протягом облікового періоду у вигляді надходження або збільшення корисності активів чи зменшення зобов’язань, що веде до збільшення власного капіталу, крім випадків, пов’язаних із внесками учасників власного капіталу [1].

Аналіз доходів, являється важливою частиною економічної стратегії підприємства. Він спрямований на створення економічних умов, що забезпечують відшкодування постійних витрат підприємства, покриття змінних витрат, які залежать від обсягу реалізації продукції, повної і своєчасної оплати всіх видів податків, обов’язкових платежів та забезпечення отримання прибутку. Прогнозування величини доходу лежить в основі його аналізу. Відомо, що сучасні економічні умови характеризуються динамізмом,

мінливістю, суперечністю розвитку структурних елементів системи. Дуже важливо спрогнозувати тенденцію отримання доходу, для своєчасного коригування результатів та стратегій діяльності підприємства.

При аналізі економічної ефективності виробництва, не завжди обраховують лише дохід або прибуток підприємства, адже це не єдині економічні показники діяльності підприємства. Одним з таких показників є собівартість реалізованої продукції. Вона є узагальнюючим, якісним показником діяльності підприємства, покажчиком його ефективності.

Собівартість реалізованої продукції (товарів, робіт, послуг) – це грошовий вираз затрат підприємства на виробництво і реалізацію продукції або послуг. Від її рівня залежать як рентабельність окремих видів наданих послуг, так і фінансові результати діяльності підприємства в цілому, темпи розширеного виробництва, фінансовий стан суб'єкта економіки [2].

Отже, питанням аналізу собівартості реалізованої продукції необхідно приділяти значну увагу та проводити постійний аналіз з метою оперативного та ефективного управління витратами підприємства та собівартістю продукції зокрема. Обираємо чистий дохід від реалізації продукції (товарів, робіт, послуг) й собівартість реалізованої продукції (товарів, робіт, послуг) для здійснення прогнозу на майбутній період. Об'єктом прогнозування є дані отримані на підставі квартальної звітності ТОВ ПАТ «Фірма «Полтавпиво» за період з І кв. 2014 року по ІІІ кв. 2017 року включно (табл. 1).

Таблиця 1

Статистичні дані ПАТ «Фірма «Полтавпиво» за період з І кв. 2014 року по ІІІ кв. 2017 року, тис. грн.

Квартал	Чистий дохід від реалізації продукції (товарів, робіт, послуг), тис. грн.	Собівартість реалізації продукції (товарів, робіт, послуг), тис. грн.
І кв. 2014	19977,0	15455,0
ІІ кв. 2014	43047,0	29389,0
ІІІ кв. 2014	56842,0	38476,0
IV кв. 2014	40630,0	27180,0
І кв. 2015	39840,0	32188,0
ІІ кв. 2015	86787,0	57333,0
ІІІ кв. 2015	75578,0	49011,0
IV кв. 2015	43683,0	34499,0
І кв. 2016	39973,0	37145,0
ІІ кв. 2016	76133,0	57554,0
ІІІ кв. 2016	77340,0	57566,0
IV кв. 2016	43029,0	37137,0
І кв. 2017	47792,0	40018,0
ІІ кв. 2017	83723,0	63056,0
ІІІ кв. 2017	78146,0	57572,0

На рис. 1 представлено динаміку зміни чистого доходу від реалізації продукції та собівартості реалізованої продукції ПАТ «Фірма «Полтавпиво» за період з І кв. 2014 року по ІІІ кв. 2017 року, тис. грн.

Отже, обрані для прогнозування економічні показники діяльності ПАТ «Фірма «Полтавпиво розподіляються нерівномірно за кварталами, присутня

деяка диференціація. Зокрема, рівень чистого доходу від реалізації продукції (товарів, робіт, послуг) та собівартості реалізації продукції (товарів, робіт, послуг) мають найбільші значення у II та III кварталу (рис.1). Загалом спостерігається тенденція до збільшення доходу від реалізації продукції (товарів, робіт, послуг) та собівартості реалізованої продукції (товарів, робіт, послуг) за досліджуваний період.

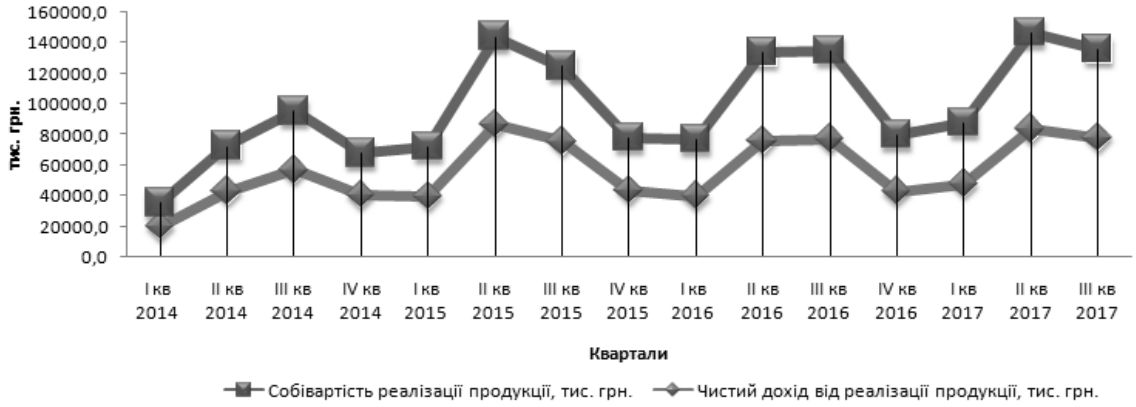


Рис. 1. Графіки динаміки зміни чистого доходу та собівартості ПАТ «Фірма «Полтавпиво» за період з I кв. 2014 року по III кв. 2017 року

Визначимо наявність тренду у рядах динаміки. Відмітимо, що ряд динаміки – це послідовність чисел, які характеризують зміну соціально-економічного явища. Динамічний ряд – перелік хронологічних моментів (дат) або інтервалів часу і їм відповідні статистичні показники, які називають – рівнями ряду. Тренд– це певна аналітична функція, що описує фактичну середню для періоду спостереження тенденцію досліджуваного процесу, його зовнішні прояви. Результат при цьому пов'язують виключно з ходом часу [3, с.102].

Незалежно від виду та способу побудови економіко-математичної моделі питання про можливість її застосування в цілях аналізу та прогнозування економічного явища може бути прийнятий тільки після встановлення адекватності даної моделі, тобто відповідності моделі процесу, що досліджується або об'єкту. Так як повної відповідності моделі реальному процесу або об'єкту не може бути, адекватність – в певній мірі умовне поняття. У моделюванні мається на увазі адекватність не взагалі, а по тим властивостям моделі, які вважаються істотними для дослідження.

В основі деяких методів екстраполяції лежить виділення тренду (кількісний опис тенденції, що спостерігається із зміною часового ряду). Перш ніж виділити тренд, необхідно перевірити гіпотезу про те, чи існує він узагалі. Відсутність тренду (нульовий тренд) означає незмінність середнього рівня ряду в часі [4].

У часових рядах соціально-економічних явищ може спостерігатися тенденція трьох типів:

- тенденція середнього рівня (аналітична тенденція), що може бути задана як за допомогою деякої математичної функції $\overline{y} = f(t)$, навколо котрої

змінюються емпіричні значення, так і графічно. При цьому значення, отримані на основі тренду, є математичними сподіваннями часового ряду;

- тенденція дисперсії, яка являє собою тенденцію зміни відхилення емпіричних значень рівнів числового ряду від теоретичних, отриманих за рівнянням тренду;

- тенденція автокореляції, що задає тенденцію зміни кореляційного зв'язку між окремими послідовними рівнями часового ряду.

Для виявлення наявності тренду використано 3 методи виявлення тенденцій: метод Фостера – Стюарта; метод рангової кореляції та фазочастотний критерій знаків різниць Вилліса та Мура [3].

Метод Фостера-Стюарта: даний метод дає більш точні результати у порівнянні з методом перевірки різниці середніх рівнів. Він дозволяє встановити не лише наявність тренду, а і тренду дисперсії. При відсутності тренду дисперсії розкид рівнів ряду постійний, при наявності тренду дисперсії дисперсія збільшується або зменшується [5].

Виконується порівняння кожного рівня ряду з попереднім та визначається дві послідовності:

$$k_t = \begin{cases} 1, \textit{ якщо } Y_t \textit{ більше усіх попередніх рівнів}; \\ 0, \textit{ у противному разі}. \end{cases} \quad (1)$$

$$l_t = \begin{cases} 1, \textit{ якщо } Y_t \textit{ менше усіх попередніх рівнів}; \\ 0, \textit{ у противному разі}. \end{cases} \quad (2)$$

$$t = 1, 2, 3, ..., n.$$

Величним s та d характеризують зміни ряду динаміки та дисперсії та визначаються за формулами:

$$s = \sum_{t=2}^{n} (k_t + l_t); \; d = \sum_{t=2}^{n} (k_t - l_t). \quad (3)$$

Величина s характеризує зміни ряду динаміки, вона може приймати значення від 0 (коли усі рівні ряду рівні) до $n-1$ (рід монотонний). Величина d характеризує зміни дисперсії ряду динаміки та змінюється від $-(n-1)$ (коли ряд монотонно спадає) до $(n-1)$ (коли ряд монотонно зростає). Ці величини є випадковими з математичним сподіванням μ для значення s та 0 для значення d.

Перевіряються гіпотези про випадкове відхилення величини s від його математичного сподівання та про випадковість відхилення величини d від нуля за допомогою критерію Стьюдента для середньої та дисперсії:

$$t_s = \frac{|s - \mu|}{\sigma_1}; \; \sigma_1 = \sqrt{2 \ln n - 3,4253}; \quad (4)$$

$$t_d = \frac{|d - 0|}{\sigma_2}; \; \sigma_2 = \sqrt{2 \ln n - 0,8456}, \quad (5)$$

де μ – математичне сподівання величини s для випадкового ряду; σ_1 – середньоквадратичне відхилення s для випадкового часового ряду; σ_2 – середньоквадратичне відхилення d для випадкового часового ряду.

Отримані значення t_s, t_d порівнюються з табличним значенням критерію Стьюдента $t_{табл}$. Якщо $t_{табл}$ більше розрахункового значення, то відповідний тренд відсутній, тобто, якщо $t_s > t_{табл}$, а $t_d < t_{табл}$, то тренд присутній, а тренд дисперсії відсутній [3].

Розрахунки статистичних даних за методом Фостера-Стюарта представлено на рис. 2 – 3.

	A	B	C	D	E	F	G	H	I	J	K	L	M	N
1	*Чистий дохід від реалізації продукції (товарів, робіт, послуг), тис. грн.*	*Рівні*	*Вихідні дані*	*Kt*	*Lt*	*Kt+Lt*	*Kt-Lt*	*Математичне сподівання s*	*Середньоквадратичне відхтлення s*	*Середньоквадратичне відхтлення d*	*ts*	*td*	*tтабл.*	
2	2014 рік	1	19977,0					4,64	1,24	2,03	4,32	1,97	2,26	
3		2	43047,0	1	0	1	1							
4		3	56842,0	1	0	1	1							
5		4	40630,0	0	1	1	-1							
6	2015 рік	5	39840,0	0	1	1	-1							
7		6	86787,0	1	0	1	1							
8		7	75578,0	0	1	1	-1							
9		8	43683,0	0	1	1	-1							
10	2016 рік	9	39973,0	0	1	1	-1							
11		10	76133,0	0	0	0	0							
12		11	77340,0	0	0	0	0							
13		12	43029,0	0	1	1	-1							
14	2017 рік	13	47792,0	0	0	0	0							
15		14	83723,0	0	0	0	0							
16		15	78146,0	0	1	1	-1							
17					Сума:	10	-4							
18						s	d							

Отже, так як ts>tтабл., а td<tтабл., то тренд присутній, а тренд дисперсії відсутній.

Рис. 2. Перевірка даних чистого доходу від реалізації продукції методом Фостера-Стюарта

	A	B	C	D	E	F	G	H	I	J	K	L	M	N
1	*Собівартість реалізації продукції, тис. грн.*	*Рівні*	*Вихідні дані*	*Kt*	*Lt*	*Kt+Lt*	*Kt-Lt*	*Математичне сподівання s*	*Середньоквадратичне відхтлення s*	*Середньоквадратичне відхтлення d*	*ts*	*td*	*tтабл.*	
2	2014 рік	1	15455,0					4,64	1,24	2,03	5,12	0,49	2,26	
3		2	29389,0	1	0	1	1							
4		3	38476,0	1	0	1	1							
5		4	27180,0	0	1	1	-1							
6	2015 рік	5	32188,0	0	0	0	0							
7		6	57333,0	1	0	1	1							
8		7	49011,0	0	1	1	-1							
9		8	34499,0	0	1	1	-1							
10	2016 рік	9	37145,0	0	0	0	0							
11		10	57554,0	1	0	1	1							
12		11	57566,0	1	0	1	1							
13		12	37137,0	0	1	1	-1							
14	2017 рік	13	40018,0	0	0	0	0							
15		14	63056,0	1	0	1	1							
16		15	57572,0	0	1	1	-1							
17					Сума:	11	1							
18						s	d							

Отже, так як ts>tтабл., а td<tтабл., то тренд присутній, а тренд дисперсії відсутній.

Рис. 3. Перевірка даних собівартості реалізації продукції методом Фостера-Стюарта

Метод рангової кореляції: за умови використання даного методу обчислюється коефіцієнт рангової кореляції [4].

$$r = 1 - \frac{4 \cdot Q}{n \cdot (n-1)}, \tag{6}$$

де Q – число пар рівнів числового ряду, у яких $y_t > y_{t+1}$ $(i = 1,2,...n-t)$ для всіх $t = 1,2,...n-1$, n – число рівнів ряду. Значення r, що близьке до -1 говорить про наявність від'ємного тренду, близьке до $+1$ – додатного тренду, близьке до 0 – про відсутність тренду.

Розрахунки статистичних даних за методом рангової кореляції представлено на рис. 4 – 5.

A	B	C	D	E	F	G	H	I	J
Чистий дохід від реалізації продукції (товарів, робіт, послуг), тис. грн.	*Рівні*	*Вихідні дані*	*Yt>Yt+1*	*Коефіцієнт рангової кореляції, r*					
2014 рік	1	19977,0		0,87					
	2	43047,0	0						
	3	56842,0	0		**Висновок: Оскільки значення r близьке до 1, то в ряді присутній тренд.**				
	4	40630,0	1						
2015 рік	5	39840,0	1						
	6	86787,0	0						
	7	75578,0	1						
	8	43683,0	1						
2016 рік	9	39973,0	1						
	10	76133,0	0						
	11	77340,0	0						
	12	43029,0	1						
2017 рік	13	47792,0	0						
	14	83723,0	0						
	15	78146,0	1						
		Q=	**7**						

Рис. 4. Перевірка даних чистого доходу від реалізації продукції (товарів, робіт, послуг) методом рангової кореляції

	A	B	C	D	E	F	G	H	I	J
1	*Собівартість реалізації продукції, тис. грн.*	*Рівні*	*Вихідні дані*	*Yt>Yt+1*	*Коефіцієнт рангової кореляції, r*					
2	2014 рік	1	15455,0		0,90					
3		2	29389,0	0						
4		3	38476,0	0		***Висновок:** Оскільки значення r близьке до 1, то в ряді присутній тренд.*				
5		4	27180,0	1						
6	2015 рік	5	32188,0	0						
7		6	57333,0	0						
8		7	49011,0	1						
9		8	34499,0	1						
10	2016 рік	9	37145,0	0						
11		10	57554,0	0						
12		11	57566,0	0						
13		12	37137,0	1						
14	2017 рік	13	40018,0	0						
15		14	63056,0	0						
16		15	57572,0	1						
17			**Q=**	**5**						

Рис. 5. Перевірка даних собівартості реалізації продукції (товарів, робіт, послуг) методом рангової кореляції

Фазочастотний критерій знаків різниць Валліса та Мура. За даним критерієм роблять розрахунок рівнів часового ряду $(Y_{t+1} - Y_t)$. Нульова гіпотеза полягає у ствердженні, що знаки цих різниць утворюють випадкову послідовність. Послідовність однакових знаків різниць називається фазою і підраховується кількість фаз h (без першої та останньої фази). Якщо знаки утворюють випадкову послідовність, то фактичне значення критерію розраховують за формулою [4]:

$$t_{\phi} = \frac{\left| h - \frac{2n-7}{3} \right| - 0,5}{\sqrt{\frac{16n-29}{90}}}. \tag{7}$$

При великих вибірках $(n > 30)$ поправка на неперервність може бути опущена і формула розрахунку буде наступною:

$$t_{\phi} = \frac{\left| h - \frac{2n-7}{3} \right|}{\sqrt{\frac{16n-29}{90}}}, \tag{8}$$

де n – число рівнів часового ряду, розподілених нормально; $t_ф$ – фазовий критерій різниць; h – число фаз.

За таблицею значень ймовірності t_α для фазочастотного критерію знаходимо це значення при ймовірності похибки 0,05 (тобто для 5% - ого рівня значимості).

Якщо $t_ф > t_\alpha$, то нульова гіпотеза відкидається, а значить рівні ряду не утворюють випадкову послідовність, отже вони мають тенденцію розвитку. Після перегляду вище наведених формул можна виконати розрахунок (рис. 6 – 7).

	A	B	C	D	E	F	G	H
1	*Чистий дохід від реалізації продукції (товарів, робіт, послуг), тис. грн.*	*Рівні*	*Вихідні дані*	*Знаки відхилень (Yt+1-Yt)*	*Нумерація фаз*	*Число фаз, h*	*Фазочастотний критерій, tф*	*Розподіл Стьюдента, tтаб.*
2	2014 рік	1	19977,0	-		7	4,9642	2,042
3		2	43047,0	+	1			
4		3	56842,0	+				
5		4	40630,0	-	2			
6	2015 рік	5	39840,0	-				
7		6	86787,0	+	3			
8		7	75578,0	-	4			
9		8	43683,0	-				
10	2016 рік	9	39973,0	-				
11		10	76133,0	+	5			
12		11	77340,0	+				
13		12	43029,0	-	6			
14	2017 рік	13	47792,0	+	7			
15		14	83723,0	+				
16		15	78146,0	-				

Оскільки tф>tтаб., то рівні ряду не утворюють випадковву послідовність, а значить маємо наявність тенденції розвитку.

Рис. 6. Перевірка даних чистого доходу від реалізації продукції (товарів, робіт, послуг) методом фазочастотного критерію знаків різниць Валліса та Мура

	A	B	C	D	E	F	G	H
1	*Собівартість реалізації продукції, тис. грн.*	*Рівні*	*Вихідні дані*	*Знаки відхилень (Yt+1-Yt)*	*Нумерація фаз*	*Число фаз, h*	*Фазочастотний критерій, tф*	*Розподіл Стьюдента, tтаб.*
2	2014 рік	1	15455,0	-		7	4,96	2,04
3		2	29389,0	+	1			
4		3	38476,0	+				
5		4	27180,0	-	2			
6	2015 рік	5	32188,0	+	3			
7		6	57333,0	+				
8		7	49011,0	-	4			
9		8	34499,0	-				
10	2016 рік	9	37145,0	+	5			
11		10	57554,0	+				
12		11	57566,0	+				
13		12	37137,0	-	6			
14	2017 рік	13	40018,0	+	7			
15		14	63056,0	+				
16		15	57572,0	-				

Оскільки tф>tтаб., то рівні ряду не утворюють випадковву послідовність, а значить маємо наявність тенденції розвитку.

Рис. 7. Перевірка даних собівартості реалізації продукції (товарів, робіт, послуг) методом фазочастотного критерію знаків різниць Валліса та Мура

Фостера-Стюарта виявлено, що $t_s > t_{таб}$ та $t_d < t_{таб}$ – присутній тренд у ряді динаміки, а тренд дисперсії відсутній. Так як, за методом рангової кореляції значення r близьке до 1 у обох показників, то в ряді динаміки присутній додатній тренд, а також за методом фазочастотного критерію Валліса та Мура тренд присутній.

Отже, результати розрахунків підтверджують наявність тенденції у даних рядів, що дозволяє використовувати ряди динаміки для прогнозування.

Для прогнозування було обрано 3 моделі, а саме: прогнозування за допомогою рядів динаміки; метод Хольта.

Застосуємо усі моделі для прогнозування показників чистого доходу від реалізації продукції (товарів, робіт, послуг) та собівартості реалізованої продукції (товарів, робіт, послуг) ПАТ «Фірма «Полтавпиво».

Під час розрахунку для кількісної оцінки динаміки явищ широко застосовують наступні основні аналітичні показники [6]: абсолютні прирости; коефіцієнти темпу росту; темп росту; темпи приросту.

Кожний з вказаних показників може бути трьох видів: ланцюговим, базисним, середнім табл. 2. В основі розрахунку показників динаміки лежить порівняння рівнів часового ряду.

Зауважимо, що методи згладження поділяються на дві групи:

- аналітичне вирівнювання– з використанням кривої, проведеної між конкретними рівнями так, щоб вона відображала тенденцію, притаманну ряду;
- механічне вирівнювання окремих рівнів ряду з використанням фактичних значень сусідніх рівнів.

Таблиця 2

Основні показники динаміки

Вид показника	Абсолютний приріст	Коефіцієнт темпу росту	Темп росту, %	Темп приросту, %
Ланцюговий	$\Delta y_i = y_i - y_{i-1}$	$K_i = \frac{y_i}{y_{i-1}}$	$T_{i(p.)} = \frac{y_i}{y_{i-1}} \cdot 100\%$	$T_{i(пр.)} = (K_i - 1) \cdot 100\%$
Базисний	$\Delta y_i = y_i - y_0$	$K_i = \frac{y_i}{y_0}$	$T_{i(p.)} = \frac{y_i}{y_0} \cdot 100\%$	$T_{i(пр.)} = (K_i - 1) \cdot 100\%$
Середній	$\overline{\Delta y} = \frac{y_n - y_1}{n-1}$	$\overline{K} = \sqrt[n-1]{\frac{y_n}{y_1}}$	$\overline{T}_{(p.)} = \sqrt[n-1]{\frac{y_n}{y_1}} \cdot 100\%$	$\overline{T}_{i(пр.)} = (\overline{K}_i - 1) \cdot 100\%$

При непарному значенні m усі рівні активної ділянки можуть бути представлені у вигляді див. формулу 3.9:

$$y_{t-p}, y_{t-p+1}, \ldots, y_{t-1}, y_t, y_{t+1}, \ldots, y_{t+p-1}, y_{t+p}, \quad (9)$$

де y_t – центральний рівень активного ряду; $y_{t-p}, y_{t-p+1}, \ldots, y_{t-1}$ – послідовність із p рівнів активної ділянки, що передує центральному; $y_{t+1}, \ldots, y_{t+p-1}, y_{t+p}$ – послідовність із p рівнів активної ділянки, що слідує за центральним. Тоді ковзна середня розраховується за формулою:

$$\overline{y_t} = \frac{\sum_{i=t-p}^{t+p} y_i}{m}, t > p, де\ p = \frac{m-1}{2} \quad (10)$$

При парному числі рівнів прийнято перше та останнє спостереження на активній ділянці брати з половинними вагами [6]:

$$\overline{y}_t = \frac{\frac{1}{2}y_{t-p} + y_{t-p+1} + \ldots + y_{t-1} + y_t + y_{t+1} + \ldots + y_{t+p-1} + \frac{1}{2}y_{t+p}}{2p} = \frac{\frac{1}{2}y_{t-p} + \sum_{i=t-p+1}^{t+p-1} y_i + \frac{1}{2}y_{t+p}}{2p}. \quad (11)$$

При використання ковзної середньої одержують $n-m+1$ згладжених значень рівнів ряду, при цьому перші p і останні p рівні ряду губляться (не згладжуються).

Розглянемо один із прийомів, що дозволяє відтворити загублені значення часового ряду при використанні простої ковзної середньої, для цього необхідно:

1) обчислити середній абсолютний приріст на останній активній ділянці:

$$y_{t-p}, y_{t-p+1}, \ldots, y_{t-1}, y_t, y_{t+1}, \ldots, y_{t+p-1}, y_{t+p}: \quad (12)$$

$$\overline{\Delta y} = \frac{y_{t+p} - y_{t-p}}{m-1}, \quad (13)$$

де m – довжина активної ділянки; y_{t+p} – значення останнього рівня на активній ділянці; y_{t-p} – значення першого рівня на активній ділянці; $\overline{\Delta y}$ – середній абсолютний приріст на останній активній ділянці.

2) отримати p згладжених значень у кінці часового ряду шляхом послідовного додавання середнього абсолютного приросту до останнього згладженого значення.

	A	B	C	D	E	F	G	H	I	J	K	L
1	Номер періоду	Ряд динаміки	Абсолютний приріст ΔYi		Темпи зростання Кі		Темпи приросту Ті		Абсолютне значення 1%		Коефіцієнт прискорення ΔI	
2			Б	Л	Б	Л	Б	Л	Б	Л	Б	Л
3	1	19977,0										
4	2	43047,0	23070,00	23070,00	2,15	2,15	115,48	115,48	199,77	199,77		
5	3	56842,0	36865,00	13795,00	2,85	1,32	184,54	32,05	199,77	430,47	1,32	0,61
6	4	40630,0	20653,00	-16212,00	2,03	0,71	103,38	-28,52	199,77	568,42	0,71	0,54
7	5	39840,0	19863,00	-790,00	1,99	0,98	99,43	-1,94	199,77	406,30	0,98	1,37
8	6	86787,0	66810,00	46947,00	4,34	2,18	334,43	117,84	199,77	398,40	2,18	2,22
9	7	75578,0	55601,00	-11209,00	3,78	0,87	278,33	-12,92	199,77	867,87	0,87	0,40
10	8	43683,0	23706,00	-31895,00	2,19	0,58	118,67	-42,20	199,77	755,78	0,58	0,66
11	9	39973,0	19996,00	-3710,00	2,00	0,92	100,10	-8,49	199,77	436,83	0,92	1,58
12	10	76133,0	56156,00	36160,00	3,81	1,90	281,10	90,46	199,77	399,73	1,90	2,08
13	11	77340,0	57363,00	1207,00	3,87	1,02	287,15	1,59	199,77	761,33	1,02	0,53
14	12	43029,0	23052,00	-34311,00	2,15	0,56	115,39	-44,36	199,77	773,40	0,56	0,55
15	13	47792,0	27815,00	4763,00	2,39	1,11	139,24	11,07	199,77	430,29	1,11	2,00
16	14	83723,0	63746,00	35931,00	4,19	1,75	319,10	75,18	199,77	477,92	1,75	1,58
17	15	78146,0	58169,00	-5577,00	3,91	0,93	291,18	-6,66	199,77	837,23	0,93	0,53
18	Прогноз	56834,67	39490,36	4154,93	1,16							
19												
20												
21	Середній темп зростання	1,13										

Прогноз

	A	B	C	D
1	Рік	Квартал	Ряд динаміки	Вирівняний ряд
2	2014	I кв 2014	19977,0	
3		II кв 2014	43047,0	39955,33
4		III кв 2014	56842,0	46839,67
5		IV кв 2014	40630,0	45770,67
6	2015	I кв 2015	39840,0	55752,33
7		II кв 2015	86787,0	67401,67
8		III кв 2015	75578,0	68682,67
9		IV кв 2015	43683,0	53078,00
10	2016	I кв 2016	39973,0	53263,00
11		II кв 2016	76133,0	64482,00
12		III кв 2016	77340,0	65500,67
13		IV кв 2016	43029,0	56053,67
14	2017	I кв 2017	47792,0	58181,33
15		II кв 2017	83723,0	69887,00
16		III кв 2017	78146,0	72901,22
17		IV кв 2017	56834,67	

Рис. 8. Прогнозування чистого доходу від реалізації продукції за методом рядів динаміки

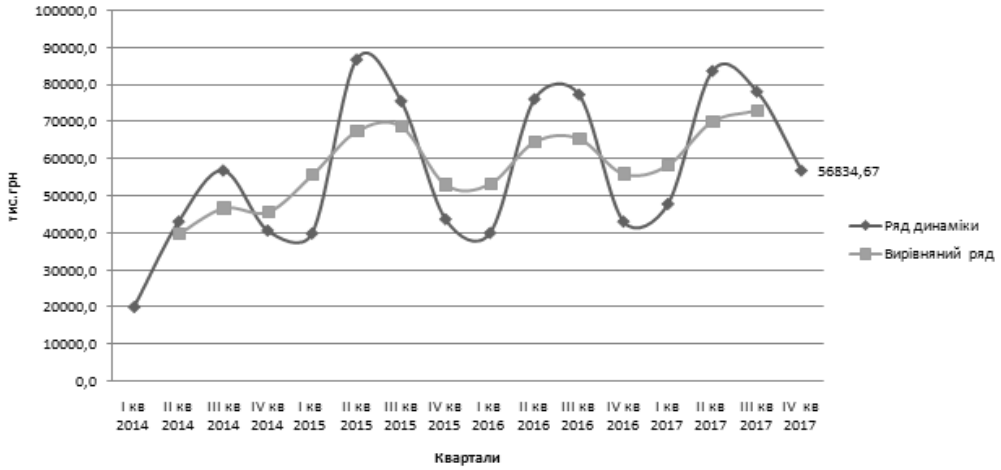


Рис. 9. Графічне представлення результатів прогнозування чистого доходу від реалізації продукції за методом рядів згладження

	A	B	C	D	E	F	G	H	I	J	K	L
1	Номер періоду	Ряд динаміки	Абсолютний приріст ΔYi		Темпи зростання Кі		Темпи приросту Ті		Абсолютне значення 1%		Коефіцієнт прискорення ΔI	
2			Б	Л	Б	Л	Б	Л	Б	Л	Б	Л
3	1	15455,0										
4	2	29389,0	13934,00	13934,00	1,90	1,90	90,16	90,16	154,55	154,55		
5	3	38476,0	23021,00	9087,00	2,49	1,31	148,96	30,92	154,55	293,89	1,31	0,69
6	4	27180,0	11725,00	-11296,00	1,76	0,71	75,87	-29,36	154,55	384,76	0,71	0,54
7	5	32188,0	16733,00	5008,00	2,08	1,18	108,27	18,43	154,55	271,80	1,18	1,68
8	6	57333,0	41878,00	25145,00	3,71	1,78	270,97	78,12	154,55	321,88	1,78	1,50
9	7	49011,0	33556,00	-8322,00	3,17	0,85	217,12	-14,52	154,55	573,33	0,85	0,48
10	8	34499,0	19044,00	-14512,00	2,23	0,70	123,22	-29,61	154,55	490,11	0,70	0,82
11	9	37145,0	21690,00	2646,00	2,40	1,08	140,34	7,67	154,55	344,99	1,08	1,53
12	10	57554,0	42099,00	20409,00	3,72	1,55	272,40	54,94	154,55	371,45	1,55	1,44
13	11	57566,0	42111,00	12,00	3,72	1,00	272,47	0,02	154,55	575,54	1,00	0,65
14	12	37137,0	21682,00	-20429,00	2,40	0,65	140,29	-35,49	154,55	575,66	0,65	0,64
15	13	40018,0	24563,00	2881,00	2,59	1,08	158,93	7,76	154,55	371,37	1,08	1,67
16	14	63056,0	47601,00	23038,00	4,08	1,58	308,00	57,57	154,55	400,18	1,58	1,46
17	15	57572,0	42117,00	-5484,00	3,73	0,91	272,51	-8,70	154,55	630,56	0,91	0,58
18	Прогноз	42238,60	28696,71	3008,36	1,16							
19												
20												
21	Середній темп зростання	1,13										

Прогноз

	A	B	C	D
1	Рік	Квартал	Ряд динаміки	Вирівняний ряд
2	2014	I кв 2014	15455,0	
3		II кв 2014	29389,0	27773,33
4		III кв 2014	38476,0	31681,67
5		IV кв 2014	27180,0	32614,67
6	2015	I кв 2015	32188,0	38900,33
7		II кв 2015	57333,0	46177,33
8		III кв 2015	49011,0	46947,67
9		IV кв 2015	34499,0	40218,33
10	2016	I кв 2016	37145,0	43066,00
11		II кв 2016	57554,0	50755,00
12		III кв 2016	57566,0	50752,33
13		IV кв 2016	37137,0	44907,00
14	2017	I кв 2017	40018,0	46737,00
15		II кв 2017	63056,0	53548,67
16		III кв 2017	57572,0	54288,87
17		IV кв 2017	42238,60	

Рис. 10. Прогнозування собівартості реалізації продукції (товарів, робіт, послуг) методом рядів динаміки

Аналогічну процедуру можна реалізувати для оцінювання перших рівнів часового ряду. Зокрема, є дохід від реалізації продукції (товарів, робіт, послуг) та собівартість реалізованої продукції (товарів, робіт, послуг) ПАТ «Фірма «Полтавпиво». Для заданого ряду динаміки визначити базисні та ланцюгові показники: абсолютний приріст, темп зростання, темп приросту, абсолютне значення 1% приросту, коефіцієнт прискорення. Також визначити середній рівень ряду, середній абсолютний приріст та середній темп зростання. За

допомогою значень які наведені в таблиці 1, проводимо розрахунки, використовуючи вище вказані формули, результати розрахунку наведені на рис. 8 –11.

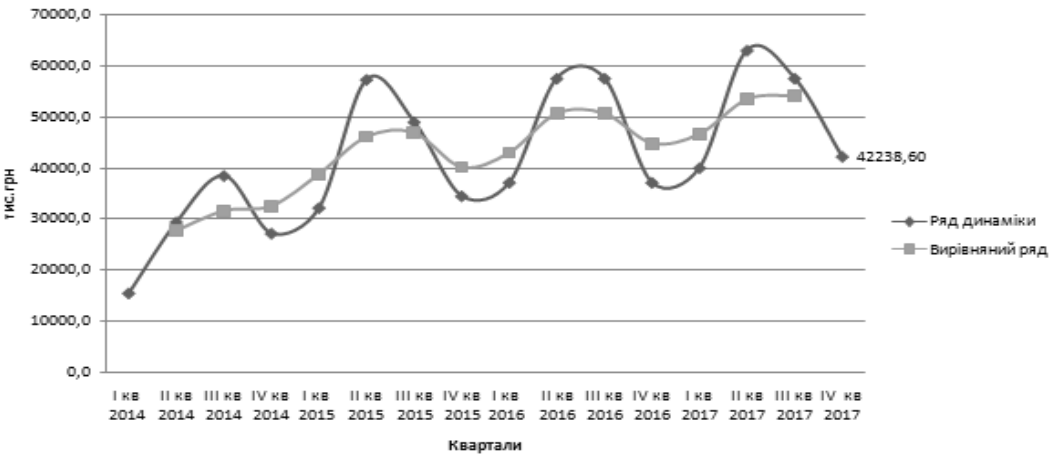


Рис. 11. Графічне представлення результатів прогнозування собівартості реалізації продукції (товарів, робіт, послуг) методом рядів динаміки

Адаптивна прогнозна модель Хольта: при пошуку оптимальних значень ваг в методиках прогнозу зваженої ковзної та експоненційного згладжування значенням останніх періодів надають максимальне значення. Тому прості методи експоненціального згладжування, наприклад, в управлінні запасами, не дають адекватних результатів, якщо дані постійно спадають або зростають. Необхідний метод, який буде враховувати тренд – метод Хольта [4].

Хольт розвинув модель простого експоненційного згладжування та додав у неї тренд. Якщо часовий ряд має тенденцію до зростання або спадання, то разом з оцінкою поточного рівня ряду (як у простому експоненційному згладжуванні) потрібно виділити тренд. Для управління рівнем та нахилом у моделі Хольта вводиться два коефіцієнти згладжування – коефіцієнти згладжування ряду α та тренду β. Щоб розрахувати прогноз за методом Хольта потрібно зробити наступні дії: розрахувати експоненціально-згладжений ряд; визначити значення тренду; зробити прогноз.

Виконують розрахунок експоненціально-згладженого ряду за формулою (14) (схоже на експоненційне згладжування, тому метод Хольта називають ще експоненційним згладженням по Хольту):

$$L_t = \alpha \cdot y_t + (1-\alpha)(L_{t-1} + T_{t-1}), \qquad (14)$$

де L_t – згладжена величина на поточний період; α – коефіцієнт згладжування ряду; y_t – поточне значення ряду (наприклад, об’єм продаж у момент часу t); L_{t-1} – згладжена величина за попередній період; T_{t-1} – значення тренду за попередній період [5].

Коефіцієнт згладжування ряду α задається вручну і знаходиться у діапазоні від 0 до 1.

Для першого періоду на початку даних експоненціально-згладжений ряд дорівнює першому значенню ряду (наприклад, об’єму продаж за перший місяць) $L_1 = Y_1$

Визначення значення тренда [7] за формулою (15):

$$T_t = \beta(L_t - L_{t-1}) + (1-\beta)\cdot T_{t-1}, \quad (15)$$

де T_t – значення тренда за поточний період; β – коефіцієнт згладжування тренда; L_t – експоненціально-згладжена величина за поточний період; L_{t-1} – експоненціально-згладжена величина за попередній період; T_{t-1} – значення тренда за попередній період.

Коефіцієнт згладжування ряду β задається вручну і знаходиться у діапазоні від 0 до 1. Значення тренда для першого періоду дорівнює 0. ($T_1 = 0$).

Розрахуємо прогноз за методом Хольта на p періодів вперед:

$$\hat{Y}_{t+p} = L_t + pT_t, \quad (16)$$

де $\hat{Y}_{t+p}$ – прогноз за методом Хольта на p період; L_t – експоненціально згладжена величина за останній період; p – порядковий номер періоду, на який робимо прогноз; T_t – тренд за останній період.

Оцінка точності моделі Хольта та підбір оптимальних коефіцієнтів згладжування ряду та тренду [6].

Для цього необхідно виконати наступні дії: розрахувати значення прогнозної моделі; визначити похибку моделі; розрахувати показник точності прогнозу; підібрати оптимальні коефіцієнти згладжування ряду та тренду.

Розрахунок значення прогнозної моделі. Розраховуємо прогноз на 1 період для аналізу = значення екстраполяційно-згладженого ряду за попередній період + значення тренда за попередній період (значення тренда не множиться на p, так як прогноз робимо на 1 період, у цьому випадку $p = 1$).

Визначення похибки моделі. Похибка моделі визначається як різницяміж фактичними даними та прогнозом на цей період.

Точність прогнозу. Для цього визначаємо відхилення похибки моделі від прогнозної моделі як відношення похибки моделі у квадраті до фактичного значення у квадраті [6].

Точність прогнозу = одиниця мінус середнє значення відхилень похибок моделі від прогнозної моделі.

Для підбору коефіцієнтів згладжування ряду та тренду α та β, при яких прогноз буде максимально точним, необхідно послідовно перебрати усі значення α у діапазоні від 0 до 1 та знайти таке сполучення, при якому точність прогнозу буде максимально наближена до 100%.

Якщо потрібно підібрати коефіцієнти, які будуть робити максимально точний прогноз на 3 періоди вперед, то аналізуючи дані, потрібно оцінити модель з прогнозом на 3-й період за формулою:

$$Y_{t+3} = L_t + 3\cdot T_t. \quad (17)$$

Далі потрібно визначити похибку моделі для кожного періоду, середньоквадратичне відхилення та точність прогнозу, як описано вище.

Послідовно перебираючи коефіцієнти α та β від 0 до 1 з кроком 0,1, знаходимо таке сполучення, яке дає максимальне значення точності прогнозу.

Також можна ще підібрати ваги α та β за допомогою «Пошук рішення», використовуючи Excel. Для цього потрібно додати у розрахункову таблицю ще однин рядок – % похибки. Це абсолютне значення похибки. Надалі розраховуємо середнє значення за похибками, а також знаходимо мінімальне значення середнього % похибок.

	A	B	C	D	E	F	G	H	I	J	P
1				a=	0,5			Для оцінки точності прогнозу			
2				b=	0,5						
3	Ріки	Квартали	Чистий дохід від реалізації продукції, тис. грн.	Lt, експоненціально-згладжений ряд	Tt, значення тренду	p, номер періоду для прогнозу	прогноз за методом Хольта, Yt+p=Lt+p*Tt	прогноз на 1 період аналіза	похибка моделі	відхилення похибки	Точність прогнозу
4	2014	I	19977,0	19977	0			19977			86,82%
5		II	43047,0	31512,00	5767,50			19977	23070	0,287	
6		III	56842,0	47060,75	10658,13			37279,50	19562,50	0,118	
7		IV	40630,0	49174,44	6385,91			57718,88	-17088,88	0,177	
8	2015	I	39840,0	47700,17	2455,82			55560,34	-15720,34	0,156	
9		II	86787,0	68471,50	11613,57			50155,99	36631,01	0,178	
10		III	75578,0	77831,53	10486,81			80085,07	-4507,07	0,004	
11		IV	43683,0	66000,67	-672,03			88318,34	-44635,34	1,044	
12	2016	I	39973,0	52650,82	-7010,94			65328,64	-25355,64	0,402	
13		II	76133,0	60886,44	612,34			45639,88	30493,12	0,160	
14		III	77340,0	69419,39	4572,65			61498,78	15841,22	0,042	
15		IV	43029,0	58510,52	-3168,11			73992,04	-30963,04	0,518	
16	2017	I	47792,0	51567,20	-5055,71			55342,40	-7550,40	0,025	
17		II	83723,0	65117,24	4247,16			46511,49	37211,51	0,198	
18		III	78146,0	73755,20	6442,56			69364,41	8781,59	0,013	
19						1	55342,40				

Рис. 12. Прогнозування чистого доходу від реалізації продукції за методом Хольта

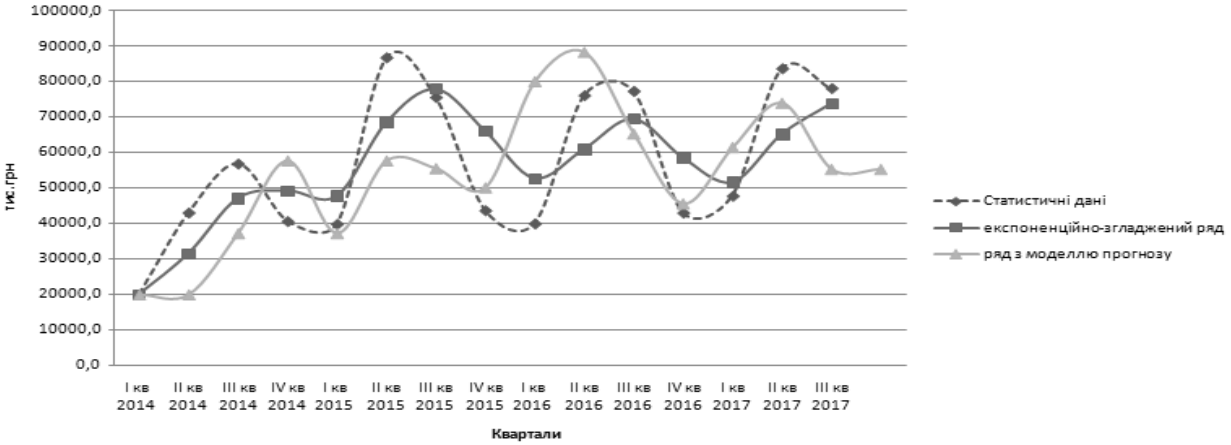


Рис. 13. Графічне представлення результатів прогнозування чистого доходу від реалізації продукції за методом Хольта

	A	B	C	D	E	F	G	H	I	J	K
1				a=	0,5			Для оцінки точності прогнозу			
2				b=	0,5						
3	Ріки	Квартали	Собівартість реалізації продукції, тис. грн.	Lt, експоненціально-згладжений ряд	Tt, значення тренду	p, номер періоду для прогнозу	прогноз за методом Хольта, Yt+p=Lt+p*Tt	прогноз на 1 період аналіза	похибка моделі	відхилення похибки	Точність прогнозу
4	2014	I	15455,0	15455	0			15455			87,15%
5		II	29389,0	22422,00	3483,50			15455	13934	0,225	
6		III	38476,0	32190,75	6626,13			25905,50	12570,50	0,107	
7		IV	27180,0	32998,44	3716,91			38816,88	-11636,88	0,183	
8	2015	I	32188,0	34451,67	2585,07			36715,34	-4527,34	0,020	
9		II	57333,0	47184,87	7659,13			37036,74	20296,26	0,125	
10		III	49011,0	51927,50	6200,88			54844,01	-5833,01	0,014	
11		IV	34499,0	46313,69	293,54			58128,39	-23629,39	0,469	
12	2016	I	37145,0	41876,11	-2072,02			46607,23	-9462,23	0,065	
13		II	57554,0	48679,05	2365,46			39804,09	17749,91	0,095	
14		III	57566,0	54305,25	3995,83			51044,50	6521,50	0,013	
15		IV	37137,0	47719,04	-1295,19			58301,08	-21164,08	0,325	
16	2017	I	40018,0	43220,93	-2896,65			46423,85	-6405,85	0,026	
17		II	63056,0	51690,14	2786,28			40324,27	22731,73	0,130	
18		III	57572,0	56024,21	3560,18			54476,42	3095,58	0,003	
19						1	46423,85				

Рис. 14. Прогнозування собівартості реалізованої продукції за методом Хольта

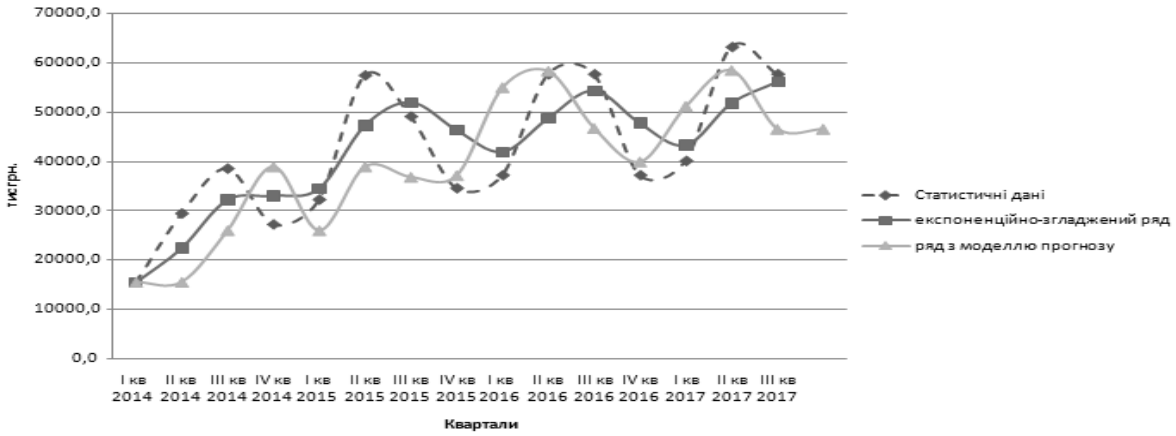


Рис. 15. Графічне представлення результатів прогнозування собівартості реалізованої продукції за методом Хольта

У результаті на основі 2 моделей визначено прогнозні значення на майбутній період (табл. 3 – 4).

Таблиця 3

Прогнозні значення чистого доходу від реалізації продукції (товарів, робіт, послуг) на IVкв. 2017 року

Назва моделі	Прогнозне значення на IV кв. 2017 року, тис.грн.
Ряди динаміки	56834,67
Метод Хольта	55342,66

Таблиця 4

Прогнозні значення собівартості реалізованої продукції (товарів, робіт, послуг) на IV кв. 2017 року

Назва моделі	Прогнозне значення на IV кв. 2017 року, тис.грн.
Ряди динаміки	42238,60
Метод Хольта	46423,85

Отримані прогнозні значення можна використовувати для поточного фінансового планування діяльності ПАТ «Фірма «Полтавпиво» та підвищення ефективної діяльності підприємств подібного типу.

Література:

1. Воронкова А.Е. Діагностика стану підприємства: теорія і практика : монографія /А.Е. Воронкова. – Харків : Вид-во «ІНЖЕК», 2008. – 520 с.
2. Гетьман О.О. Економіка підприємства : навч. посіб. / О.О. Гетьман, В.М. Шаповал. – [2-ге вид.]. – К. : Центр учбової літератури, 2010. – 488 с.
3. Герчикова И.Н. Менеджмент: учебник. – 2-е изд., перераб. и доп. – М.: Банки и биржи, ЮНИТИ, 1995. – 480 с.
4. Економіка підприємства: підруч. / За заг. та наук. ред. Г.О. Швиданенко. – 4-те вид., перероб. і доп. – К.: КНЕУ, 2009. – 816 с.
5. Економетрія: навч.-метод. посібник / За ред. С. Наконечного.– К.: КНЕУ, 2001. –192 с.
6. Басовский Л.Е. Прогнозирование и планирование в условиях рынка. Учеб. пособие. / Л.Е. Басовский. - М.: ИНФРА-М, 2012. - 260 с.
7. Кредісов А.,Бабенко В. Політика стимулювання експорту та її інструменти // Економіка України, 2003.- №2.- С.4-12.

10. STATE ADMINISTRATION, SELF-GOVERNMENT AND GOVERNMENT SERVICE

Liubokhynets Larisa,
PhD in Economics, Associate Professor
Zhelichovskyi Arthur
student of the Faculty of Economics and Management
Khmelnytskyi National University (Ukraine, Khmelnytskyi)

THREATS OF THE INFORMATION SECURITY AND METHODS OF THEIR NEUTRALIZATION

Любохинець Л.С.
канд. екон. наук, доцент
Желіховський А.Л.
студент факультету економіки та управління
Хмельницький національний університет

ЗАГРОЗИ ІНФОРМАЦІЙНІЙ БЕЗПЕЦІ ТА МЕТОДИ ЇХ НЕЙТРАЛІЗАЦІЇ

In the article the threats of the information security reviewed, the types and groups of information threats, methods of their neutralization identified, the system of policy measures to ensure information security presented.

Key words: *information security, information, threats to information security, informatization policy.*

У статті розглянуто загрози інформаційній безпеці, визначено типи та групи інформаційних загроз, методи їх нейтралізації, представлено систему заходів політики із забезпечення інформаційної безпеки

Ключові слова: *інформаційна безпека, інформація, загрози інформаційній безпеці, політика інформатизації.*

Розвиток інформаційного суспільства змінює геополітичний стан глобальних систем, впливає на формування нових сфер функціонування господарських суб'єктів та життєдіяльності людства, тому актуальною стає проблема захисту інформації на всіх рівнях економічного, політичного, військового, правового регулювання економіки. З розвитком інформаційних технологій відбувається і розвиток кіберзлочинності, яка використовує у своїх протизаконних діях вразливі сторони інформаційних систем, а проникнення інформаційних технологій в різні сфери суспільного розвитку призводить до стрімкого зростання обсягів інформації, яка потребує обробки, захисту та збереження. Через низьку захищеність національних інтересів в інформаційній сфері від внутрішніх та зовнішніх загроз ми піддаємось кібератакам з боку різних країн, організацій та «хакерів». Всі вони направлені на дезорієнтацію роботи підприємств, організацій, державних установ, населення та учинення збитків в соціальній та економічній сферах життєдіяльності країни.

Аналіз проблем інформаційної безпеки потребує детального розгляду загроз, які виникають в інформаційному середовищі та шляхів їх нейтралізації. Загрози інформаційній безпеці – це сукупність умов, процесів та чинників, що перешкоджають реалізації національних інтересів або створюють небезпеку життєво важливим інтересам особистості, суспільства й держави в

інформаційній сфері [1, с.14; 2, с.24], явні чи потенційні дії зовнішніх та внутрішніх суб'єктів, які створюють небезпеку для системи державного управління, життєзабезпечення її системоутворюючих елементів. Як результат, загрози інформаційній безпеці можуть призвести до порушення достовірності, цілісності та конфіденційності інформації, що зберігається, передається або обробляється [3, с.36]. Виділяють політичні, економічні, суспільні, військові, організаційно-технічні типи інформаційних загроз, які в свою чергу можуть класифікуватись в глобальні, регіональні та локальні. Основні загрози інформаційній безпеці можна розділити на такі групи:

- загрози впливу неякісної (недостовірної, фальшивої, дезінформації) інформації на особистості, організації, суспільство, державу;
- загрози інформаційному забезпеченню державної політики країни;
- загрози несанкціонованого і неправомірного впливу сторонніх осіб на інформацію та інформаційні ресурси;
- загрози інформаційним правам і свободам особистості;
- загрози безпеці інформаційно-телекомунікаційних систем організацій та державних установ.

Інформація стала чинником, під впливом якого зростає потенційна вразливість суспільних процесів, відбувається дезорганізація державного управління, можуть виникати великомасштабні аварії, військові конфлікти, стихійні лиха. Серед інцидентів, пов'язаних з порушенням роботи промислових систем управління (ICS - Industrial Control System), можна виділити такі, як вимкнення зв'язку з вежею управління повітряним рухом в аеропорту Ворчестер, штат Массачусетс підлітковим хакером у березня 1997р. В результаті аварії було вимкнено телефонну службу на контрольній башті, пожежному відділі аеропорту, службі погоди, крім того, не працював принтер, який використовували для моніторингу польотів в аеропорту. Весною 2000р. Вітек Боден (Vitek Boden), незадоволений австралійський інженер системи SCADA компанії Maroochy Water Services, спровокував вилив 800 тисяч літрів стічних вод в місцеві парки, річки і навіть на територію готелю Hyatt Regency. 25 січня 2003 року вірус SQL Slammer на 5 годин вивів з ладу систему моніторингу безпеки атомної електростанції Davis-Besse в Огайо. У 2010 році відбулася одна із масштабних атак на систему ICS на атомній електростанції Натанз в Ірані. У 2014 році один із сталеливарний заводів Німеччини підтвердив факт кібератаки на ICS-мережу, яка не дозволяла відключити доменну піч коректним способом. 23 грудня 2015 року зловмисникам вдалося відключити не менше 7 підстанцій, які працюють під напругою 110 кВ, і 23 підстанції, що працюють під напругою 35 кВ. на українських підприємствах Прикарпаттяобленерго і Київобленерго. Атака на системи SCADA цих підприємств залишила без електрики близько 80 тисяч осіб на 6 годин [4].

Кожне порушення механізму захисту бази даних може паралізувати роботу цілих корпорацій, призвести до значних матеріальних втрат. Як показують дослідження антивірусної лабораторії PandaLabs компанії Panda Security, кожну секунду здійснюється викрадення 122 записів з баз даних. В 2017 році випадкові втрати даних в результаті необережності досягли

найвищого рівня. Хоча вони є причиною лише 18% інцидентів в сфері інформаційної безпеки, але призвели до втрати 1,6 млрд. записів з баз даних, в тому числі компанії Rivers City Media, що склало 86% від всієї кількості викрадених даних. В першому півріччі 2017 року було зареєстровано 918 порушень безпеки в рамках проекту Gemalto's Bresch Level Index, це призвело до втрати майже 2 мільярдів записів, що на 164% більше ніж за весь 2016 рік [5].

В першій половині 2017 року були проведені дві самі великі кібер-атаки WannaCry та GoldenEye/Petya, від яких постраждали майже всі країни світу і велика кількість компаній, більше 230 000 комп'ютерів. За різними оцінками експертів, втрати від цих атак склали від 1 до 4 млрд. дол. США, тобто від 4300 до 17000 дол. в розрахунку на кожний комп'ютер. В цей же період був атакований веб-хостінг Nayana в Південній Кореї, в результаті було зашифровано даних на 153 серверах Linux. Злочинці вимагали викуп в розмірі 1,62 млн. дол. США, але, після перемовин, компанія виплатила їм 1 млн. дол. США [6, с.11-12]. 14 грудня 2017 року Федеральна комісія із зв'язку США проголосувала за скасування принципу «мережевого нейтралітету», який зобов'язував інтернет-провайдерів однаково ставитися до будь-якого трафіку. Як результат, активісти руху Anonymous пригрозили здійснити серію кібератак на online-ресурси Федеральної комісії зі зв'язку США (Federal Communications Commission, FCC) у відповідь на рішення про скасування принципу «мережевого нейтралітету».

Як показує практика справжні масштаби кібератак набагато серйозніші. Так, у 2016 році, за результатами звіту «2016 Internet Grime Report», Центр обробки скарг інтернет-злочинності США отримав в цілому 298 728 скарг, з повідомленнями про збитки, що перевищують 1,3 млрд. дол. США. [6, с.13]. Те, що оприлюднюють медіа, є незначним просоченням резонансної інформації, яка має привернути увагу громадськості до цієї проблеми. Зокрема, у відповідь на посилення позицій Китаю в кіберпросторі Пентагон нарощує зусилля з протидії засобам кібервійн. Агентства оборонних перспективних дослідницьких проектів (DARPA) працює над проектом National Cyber Range (NCR), пов'язаним з розроблення програми, яка дасть можливість в оперативнішому режимі й більш системно оцінювати готовність національних інформаційних мереж до відбиття хакерських нападів. DARPA уклала контракт з Lockheed Martin (орієнтовна сума – 31 млн дол. США) на створення нової версії Інтернету для військових цілей з новим протоколом під кодовою назвою Military Network Protocol (MNP), що має забезпечити підвищену безпеку та динамічний перерозподіл пропускної здатності каналів навіть в умовах масованих кібератак [7, с.399].

Кожній із загроз безпеці в різних сферах інформаційного життя необхідно протиставити певні заходи, способи, методи їх нейтралізації, захисту інформаційного ресурсу, баз даних, національного інформаційного простору. Як зазначається в Концепції інформаційної безпеки держав-учасників Співдружності Незалежних Держав у військовій сфері, основним завданням із забезпечення інформаційної безпеки є мінімізація шкоди через неповноту,

несвоєчасність або недостовірність інформації, а також несанкціоноване її поширення [8]. Для цього необхідно формувати систему заходів політики із забезпечення інформаційної безпеки, що будуть базуватися на принципах законності, дотримання балансу інтересів зацікавлених сторін, з їх взаємною відповідальністю, інтеграції систем національної та міжнародної безпеки. Така система має включати правові, організаційно-технічні та управлінсько-економічні методи забезпечення інформаційної безпеки. До правових відносять розвиток законодавчої та нормативно-правової бази забезпечення інформаційної безпеки та державної політики інформатизації, вдосконалення форм та методів запобігання і нейтралізації загроз безпеці інформаційного середовища, забезпечення доступу до публічної інформації щодо боротьби з кіберзлочинністю, формування правового статусу користувачів інформаційних та телекомунікаційних систем. Організаційно-технічні методи мають включати розробку та удосконалення, а також сертифікацію систем способів захисту інформації, методів контролю за їх ефективним використання, створення системи інструментів запобігання несанкціонованому доступу до інформації, застосування криптографічних засобів захисту інформації. Управлінсько-економічні методи забезпечення інформаційної безпеки містять розробку основних напрямів державної політики в сфері інформатизації, захисту державних інформаційних ресурсів, створення умов для якісного й ефективного інформаційного забезпечення всіх зацікавлених сторін, підтримку проектів і програм інформатизації, страхування інформаційних ризиків.

Забезпечення інформаційної безпеки сьогодні вимагає пошуку перспективних шляхів тісної взаємодії й координації державних та недержавних структур у системі національної безпеки, при цьому ключовою передумовою успішної імплементації рішень у системі національної та інформаційної безпеки є необхідність єднання навколо цього питання інтелектуальної, економічної і політичної еліт, співробітництва між урядами держав, міжнародними партнерами та бізнесом.

Література:

1. Обґрунтування концептуальних та організаційно-правових засад розробки паспортів загроз національній безпеці України: навчально-методичний посібник / за заг.ред. Г.П. Ситника – К.: НАДУ, 2012 – 52с.
2. Дзьобань О.П. Національна безпека в умовах соціальних трансформацій: Методологія дослідження та забезпечення / О.П. Дзьобань. – Х.: Константа, 2006. – 440с.
3. Нашинець-Наумова А. Концептуальні підходи щодо забезпечення національної безпеки: інформаційно-правові та інституційні засади / А. Нашинець-Наумова. // Підприємництво, господарство і право. – 2017. – № 1. – С. 34─38.
4. Введение в безопасность систем ICS/SCADA [Електронний ресурс]. – Режим доступу: https://www.securitylab.ru/analytics/487977.php
5. Количество инцидентов с кражей данных продолжает расти [Електронний ресурс]. – Режим доступу: https://www.securitylab.ru/blog/company/PandaSecurityRus/342992.php
6. Panda labs - Отчет за 2 квартал 2017. [Електронний ресурс]. – Режим доступу: https://pandasecurity.bitrix24.ru/docs/pub/1c3e16b44b7eced067ca1ceb9ae381ce/default/?&
7. Власюк О.С. Національна безпека України: еволюція проблем внутрішньої політики: Вибр. наук. праці / О.С. Власюк. – К. : НІСД, 2016. – 528 с.

8. Концепції інформаційної безпеки держав-учасників Співдружності Незалежних Держав у військовій сфері[Електронний ресурс]. – Режим доступу: https://www.ngo.dn.ua

Manuilova Catherine
Candidate of History Sciences, doctoral student
Odessa Regional Institute for Public Administration
National Academy for Public Administration (Ukraine, Odessa)

BECOMING A EUROPEAN TRADITION OF DECENTRALIZATION OF PUBLIC GOVERNMENT ON THE EXAMPLE OF THE ANCIENT GREEK POLIS

Мануілова К.В.
канд. іст. наук, докторант
Одесский региональный институт государственного управления при Президенте Украины
Национальной академии государственного управления

СТАНОВЛЕННЯ ЄВРОПЕЙСЬКОЇ ТРАДИЦІЇ ДЕЦЕНТРАЛІЗАЦІЇ ПУБЛІЧНОЇ ВЛАДИ НА ПРИКЛАДІ ДАВНЬОГРЕЦЬКОГО ПОЛІСА

The article analyses the signs of decentralization of public authority in ancient Greek politics.

***Keywords**: decentralization, public authority, democracy, policy, ancient Greece.*

У статті проаналізовані ознаки децентралізації публічної влади в давньогрецьких полісах.

***Ключові слова:** децентралізація, публічна влада, демократія, поліс, давня Греція.*

Поява в первісну добу засад децентралізації влади (самоуправління, самоорганізація, пряма демократія, демократичні вибори тощо) виявились надзвичайно стійкими традиціями, які збереглись упродовж тисячоліть, добудовуючись у подальші історичні періоди до нових систем публічної влади, зокрема, у полісах давньої Греції.

Дослідження досвіду функціонування давньогрецьких публічних органів влади зумовлене вагомим впливом давньогрецької цивілізації на становлення майбутніх європейських держав. За влучним виразом британського філософа Альфреда Норта Уайтхеда, «Греція була матір'ю Європі, й саме тому ми маємо звернутись до витоків наших сучасних ідей» [1, с. 62]. Крім того, досвід давньої Греції цікавий і тим, що там виникли автономні державні утворення на широкій демократичній і децентралізованій основі. Так, протягом приблизно 200 років, стародавні Афіни мали стабільну й успішну демократію. При цьому місто-держава ніколи не мала повного комплекту централізованих держаних інститутів сучасного типу [2, с. 178].

Поліс – це унікальний феномен, якій був притаманний давній Греції. Соціальною структурою полісу є стійка організація сусідських (територіальних) громад вільних громадян як самоврядних політичних одиниць, пов'язаних колективним землекористуванням [3, с. 14]. Давні греки вважали, що поліс – це не стіни, а перш за все люди, колектив громади.

Поліс виник у гомерівську добу [4] або в «темні віки»(VIII – VI ст. до н. е.). Саме у VIII ст. до н. е. розпочався процес урбанізації, у якому брали участь більше ніж 1000 міст, найбільш значні з яких були Афіна, Спарта, Коринф, Фіви, Сіракузи, Егіна, Родос, Арогос, Еретрія та Еліс [5]. Наступний класичний період (V – IV ст. до н. е.) – це найвищий розквіт давньогрецького полісного ладу. В кінці цього періоду почалась серйозна криза класичних полісних структур [6, с. 7].

До складу давньогрецького поліса входило місто як адміністративно-територіальний центр і хора – підлегла сільськогосподарська округа. Існували поліси, яким були підпорядковані декілька міст і сіл (зокрема, Афіни та Спарта). Розміри полісів значно відрізнялись. Середній поліс мав територію не більшу ніж 100 – 200 км. і населення 5 – 10 тис. осіб. Спарта або Афіни – поліси-гіганти завжди становили виняток [7, с. 542]. Відрізнялись поліси за формами державного устрою. Існували демократичні (Афіни), олігархічні (Спарта, Мегара, Фіви), монархічні (Македонія, Боспорське царство) поліси.

До кінця VI в. до н. е. у давньогрецьких полісів встановлено республіканський лад, за яким політична влада належить громадянам поліса: чоловікам-землевласникам, які мали право брати участь у народних зборах, вибирати та бути обраними на державні посади. Громадянських прав у полісах були позбавлені жінки, діти, раби, емігранти й іноземці.

У кожному полісі був власний апарат публічної влади, якій був слабким і нечисленним. Слабкість та відносна нечисленність державного апарату поліса компенсувалась такими соціальними регуляторами як полісні ідеали, полісна мораль, впливова громадська думка тощо [8, с. 266].

Законодавча влада в давньогрецькому полісі належала народним зборам, які формували склад Ради (буле) – це орган самоврядування. На народних зборах обирати магістрів (члени ради). Після закінчення терміну магістри мали звітувати перед народними зборами. Таким чином, громадяни давньогрецького поліса мали змогу тримати владу під щоденним контролем. Завдяки невеликому терміну перебування особи на посаді, а також дотриманню принципу черговості вдавалося запобігати відокремленню «слуг народу» від суспільства [8, с. 266 – 267].

Найкращі засоби контролю за владою були представлені в Афінському полісі. Так, швейцарський учений А. Боннар зазначив, що влада в афінському полісі була поставлена в залежність від народу. Складаючи свої обов'язки, посадова особа мала подати звіт, і поки звіт не буде затверджений народними зборами, посадовець не мав права розпоряджатись своїм майном. Крім того, будь-яким громадянином могло бути висунене звинувачення звільненій посадовій особі та порушене проти неї переслідування, так зване «graph ealogiou» – звинувачення у порушенні законів. Перебуваючи на річній службі, посадова особа знаходилась під прямим контролем громадян поліса. Громадяни мали право за допомогою процедури голосування усунути посадовця та передати до суду [9, с. 225 – 226].

У цілому, вся повнота влади у полісах була сконцентрована в руках міської рабовласницької знаті, яка через органи самоуправління поліса та

народні збори фактично диктувала свою волю решті громадян. Справи щодо розгляду на народних зборах полісів готували спеціальні ради. Всі закони й декрети, як правило, складалися від імені ради і народу, тобто народних зборів. Члени ради, готуючи закони, збирали відомості про бажання повноправних громадян. Ці бажання оформлювалися у проекти декретів або постанов. Останні затверджувалися на народних зборах [10, с. 326].

Вищим органом влади у полісах були народні збори. Народні збори в Афінах спочатку мали назву «агора», а пізніше – «еклесія», у Спарті називались «Капелла»; у Дельфах і містах Фессалії – «агора»; в Аргосі, Алія – «Епідаврі» і «ганте» [11, с. 22]. Вплив на політику поліса та частота проведення народних зборів у різних давньогрецьких полісах були неоднаковими й залежали від особливостей республіканського ладу (демократичного або олігархічного) поліса. Однак, для всіх полісів було притаманно, те що рішення на народних зборах приймались більшістю.

Таким чином, специфікою античного суспільства було активне застосування важливих принципів децентралізації влади (прозорість, відкритість і демократизм у прийнятті рішень). Так, у період свого найвищого розквіту антична демократія була демократією середніх і дрібних власників, що мали рівні права та рівні обов'язки перед громадою [12, с. 32].

Отже, давній Греції були властиві певні обмежені ознаки децентралізації публічної влади (народні збори, демократичні вибори посадових осіб, народний контроль за діяльністю владних посадовців).

Публічній владі давньої Греції були притаманні такі риси деволюції: на місцевому рівні (поліс) приймали рішення; поліс мали власні джерела прибутків; публічні органи влади давньогрецьких полісів були автономними й незалежними структурами.

У V ст. до н.е. розпочалась криза полісної системи, яка призвела не лише до ліквідації полісів, а ще й до занепаду всієї давньогрецької цивілізації. Причини кризи полісів пов'язані з внутрішніми соціальними суперечностями, громадянськими війнами, страйками, військовим протистоянням, встановленням тиранії (влада стає жорстко централізованою) та рабовласницьким ладом.

Певні ознаки децентралізованої публічної влади існували в давньогрецьких полісах. Так, до ознак децентралізації слід віднести: функціонування народних зборів (вищий орган влади) самоврядування, демократичні засади управління (виборність влади, рівність усіх перед законом), контроль за діяльністю влади.

Література:

1. Уайтхед А. Избранные работы по философии [пер. с англ. А. Ф. Грязнова, И. Т. Касавина и др.] / Альфред Норт Уайтхед. – М. : Прогресс, 1990. – 716 с.
2. Каругати Ф. Установление правопорядка в древних Афинах /Ф. Каругати, Дж. К. Хадфилд, Б. Р. Вайнгаст. // Актуальные проблемы экономики и права. – 2016. – Т. 10. – № 4. – С. 176 – 199.
3. Кравченко Н. Ю. Основы типологизации гражданской идентичности: полисный период античности / Надежда Юрьевна Кравченко // Изв. Сарат. ун-та Нов. сер. – Сер. Социология. Политология. –2013. –№4. –С. 13 – 16.

4. Андреев Ю. В. Раннегреческий полис / Юрий Викторович Андреев Юрий Викторович // АМА. –1974. – №2. – С. 3 – 23.
5. Cartwright M. Polis. Definition. / Mark Cartwright 2013 / Ancient History Encyclopedia. [Електронний ресурс]. – Режим доступу: http://www.ancient.eu/Polis/
6. Суриков И. Е. Полис, логос, космос: мир глазами эллина. Категории древнегреческой культуры / И. Е. Суриков — «Русский фонд содействия образованию и науке», 2012. – 450 с.
7. Суриков И. Е., Ленская В.С., Соломатина Е.И., Таруашвили Л.И. История и культура Древней Греции: Энциклопедический словарь / Под общ. ред. И. Е. Сурикова. – М .: Языки славянских культур, 2009. – 792 с.
8. Енциклопедія державного управління : 8 т. / Нац. акад. держ. упр. при Президентові України ; наук.-ред. колегія : Ю. В. Ковбасюк (голова та ін.) – Т. 5. : Територіальне управління / наук.-ред. колегія : О. Ю. Амосов (співголова), О.Ċ. Ігнатенко (співголова) та ін. за ред. О. Ю. Амосова, О. С. Ігнатенка, А. О. Кузнецова. – Х. : Видавництво ХарРІ НАДУ : «Магістр» , 2011. – 408 с.
9. Боннар А. Греческая цивилизация. т. 1 . / Андре Боннар. – Ростов-на-Дону, Издательство : «Феникс», 1994. – 448 с.
10. Гладій В. І. Чинники трансформації концепту місцевого самоврядування / В. І. Гладій //Гілея: науковий вісник. – 2016. – №. 106. – С. 325-330.
11. Кабанець О. С. Історичні передумови виникнення та становлення демократії / Олександр Сергійович Кабанець // Держава і право. – 2010. – Вип. 48. – С. 21 – 26.
12. Каменская Г. В. Генезис идей демократии / Галина Валентиновна Каменская // Социологические исследования. – 1994. – №. 4. – С. 29 – 40.

Chevhanova Vira,
Ph.D., Professor
Khadartsev Oleksandr
Ph.D., Associate Professor
Poltava National Technical Yuri Kondratyuk University, (Ukraine, Poltava)

COMMUNITY PARTICIPATION IN THE PROCESS OF URBAN DEVELOPMENT: EU MECHANISMS AND THEIR APPLICATIONS

Чевганова В.Я.,
канд. екон. наук, професор
Хадарцев О.В.
канд. екон. наук, доцент
Полтавський національний технічний університет імені Юрія Кондратюка

УЧАСТЬ ГРОМАДИ У ПРОЦЕСАХ РОЗВИТКУ МІСТА: МЕХАНІЗМИ ЄС ТА ЇХ ЗАСТОСУВАННЯ

The article deals with the potential mechanisms of activating the participation of a certain territorial community in the processes of integrated urban development. The mechanisms and tools of the EU on the development of territorial communities that are expediently implemented in Ukraine, as well as the positive effects of the activation of civil society.

Key words: *integrated urban development, local community, participation of citizens, public initiative, joint actions, tactical urbanism.*

У статті розглянуто потенційні механізми активізації участі певної територіальної громади у процесах інтегрованого розвитку міста. Наведено механізми та інструментарій ЄС щодо розвитку територіальних громад, який доцільно запроваджувати в Україні, а також позитивні ефекти від активізації громадянського суспільства.

Ключові слова: *інтегрований розвиток міста, територіальна громада, участь громадян, громадська ініціатива, спільні дії, тактичний урбанізм.*

Сьогодні для України ключовими факторами, що визначатимуть її подальше суспільне піднесення і зростання добробуту, є гармонізація євроінтеграційних процесів та формування стійких основ економічного і соціального розвитку територій. Відправною територіальною одиницею сучасного процесу просторово-економічних трансформацій стає місто, про що наголошує Лейпцизька Хартія [1]. Інтегрований розвиток міста полягає у розв'язанні комплексних, багатоаспектних стратегічних та інтеграційних завдань, що забезпечують економічне, соціальне, правове, освітньо-культурне, моральне, екологічне та інші види зростання (піднесення) локальної адміністративної одиниці і її населення.

Між іншим, у Хартії відзначено що інструменти планування міського розвитку, спрямовані на досягнення поставлених цілей, повинні координуватися на локальному та муніципально-регіональному рівні, залучаючи громадян та інших учасників, які змогли б здійснити вагомий внесок у забезпечення економічної, соціальної, культурної та екологічної якості інтегрованого розвитку. Досвід розвинених демократичних країн показує, що посилення ролі громадян у задоволенні потреб суспільства та поліпшення життєвого рівня місцевого населення є важливим елементом міського та територіального розвитку. Активна участь громади у міському розвитку дає можливість налагодити довірливі відносини між територіальними спільнотами та місцевими органами влади, а також створити серед місцевого населення відчуття відповідальності за асоціальну поведінку та відстороненість від участі у процесах функціонування і розвитку міста.

Наразі в Україні не існує сталих та ефективних механізмів дієвого впливу громади на міський чи територіальний розвиток. Т.В. Семигіна та Д.О. Лиховид відзначають, що чинним українським законодавством передбачено участь громадян через місцевий референдум, загальні збори, місцеві ініціативи, громадські слухання, діяльність громадських або благодійних організацій. Але вони не забезпечують громаду повноцінним інструментарієм активної участі в місцевому розвитку [2, с. 83]. Фахівці Національного інституту стратегічних досліджень (НІСД) вбачають першопричини незадовільного розвитку громадянського суспільства у проблемах адміністративно-територіального устрою, які й спричиняють недостатню ефективність організації системи управління територіями [3, с. 11]:

- законодавча норма про місцеве самоврядування як «гарантоване державою право та реальну здатність територіальної громади вирішувати питання місцевого значення» на практиці перетворюється у невизначеність прав громад і фрагментарність повноважень органів місцевого самоврядування;
- конфлікт інтересів між органами місцевого самоврядування різних рівнів, а також між самоврядуванням та державною владою на рівні регіонів і районів;
- фактична підпорядкованість місцевого самоврядування виконавчій владі;

- відсутність солідарної відповідальності за розвиток територій, низький рівень взаємної довіри між громадськими організаціями та органами влади;

- неврегульованість питань власності територіальних громад на землю.

Фахівці НІСД відзначають, що в європейській науці накопичено значний досвід і напрацювання щодо участі громад, які розглядалися як «публічні корпорації», «джерело місцевих благ» та спільноти людей за певними ключовими ознаками об'єднання. Тому запозичення в контексті Україні мають ґрунтуватися на тому, що в розвинених європейських країнах в основі сучасного місцевого самоврядування лежить теорія вільних громад, за якою місцеве самоврядування визнається самостійним та незалежним від центральної влади інститутом [3, с. 14].

Механізми та інструментарій ЄС щодо залучення, підтримки, мотивації ініціативності громади у вирішенні проблем чи формуванні стратегій міського або територіального розвитку доволі диференційований, а практика публічного управління спрямована на розвиток територіальних громад [4; 5; 6]. Країнам ЄС притаманні відмінності щодо рівня залучення і участі громад у розвитку власної території проживання, при цьому тенденція щодо зменшення залучення у розвитку власної місцевості притаманна руху із півночі Європи на її південь. Скандинавські країни мають (як правило) найвищий рівень організації громадської ініціативи. Механізми та інструменти залучення громад впроваджуються через ряд загальноєвропейських або регіональних проектів і програм розвитку, і включають в себе:

- сприяння залучення представників громади в органи влади та управління розвитком міста чи території;

- підтримка певних соціальних груп населення – знедолених, фізично обмежених, тощо;

- спільне визначення найбільш важливих проблем щодо розвитку місцевої громади або міста;

- задоволення можливостей населення міста щодо самоорганізації для спільного вирішення економічних, соціальних, екологічних та інших проблем;

− розвиток у громаді морально-етичних цінностей справедливого суспільства.

Разом з тим С.А. Пінчук, досліджуючи досвід ЄС щодо участі громади у місцевому і територіальному розвитку зазначає, що стандартного державного підходу «згори-донизу» недостатньо для швидкого та ефективного розв'язання потреб населення, незважаючи на значну кількість проектів сталого регіонального та місцевого розвитку. На його думку, ефективність та економічність децентралізованого підходу у досягненні соціальних цілей доводить підхід орієнтований на розвиток території, запропонований ПРИ ООН. Головною метою є створення сприятливого середовища для сталого довготривалого соціально-економічного та громадського розвитку на місцевому рівні шляхом підтримки місцевого самоврядування та активізації ініціатив громади [7, с. 75-87]. Хоча такі проекти реалізуються в Україні з 2007 року, про значні успіхи говорити ще зарано. Т.В. Семигіна та Д.О. Лиховид вважають, що для розвитку громад в Україні, з урахуванням досвіду ЄС

необхідне посилення професійної підготовці фахівців з розвитку громади, які знають методи мобілізації громади на конструктивні спільні дії, мають знання про ресурси громади, осіб чи структури, які ними володіють, та як цими ресурсами можливо управляти, а також мають розуміння співвідношення між індивідуальним та колективним наснаженням [8, с. 73].

Н.В. Ільченко на основі класифікації ООН відокремлює 7 видів участі громади у процесах міського розвитку [9]:

- пасивна участь – отримання інформації про певні події, що відбуваються чи будуть відбуватися в громаді;
- надання інформації – участь у інформативних опитуваннях без можливості впливати на розвиток самого процесу;
- висловлювання власної думки – органи влади консультуються з населенням, але члени громади не беруть участі у її вирішенні;
- матеріальне стимулювання – надання власних ресурсів громадян в обмін на гроші або інші матеріальні стимули;
- функціональна участь – створення ініціативних груп для досягнення окремих цілей, пов'язаних з проектом розвитку;
- спільна участь – члени громади беруть участь в спільному аналізі, результатом є складання планів діяльності, посилення існуючих чи створення нових локальних інституцій, які контролюють місцеві рішення.
- самомобілізація – де громадяни беруть участь у процесі розвитку, висуваючи ініціативи незалежно від зовнішніх інституцій.

Дійсно, подолання конфлікту інтересів у процесі інтегрованого розвитку міста можливо злагоджено досягти лише у тому випадку, коли активно запроваджуються три останні види участі. Але ці види потребують високий рівень свідомості, мотивації та самоорганізації самого населення щодо винесення на розгляд владних органів громадських ініціатив чи проектів. В цьому і полягає головна проблема становлення і розвитку громадянського суспільства в Україні. Д.О. Лиховид та Т.В. Семигіна відзначають, що в Україні є законодавчо обумовлені механізми самоорганізації громади, але вони відрізняються від практик демократичних країн, через нерозвиненість місцевого самоврядування та інституцій громадянського суспільства, а також через необізнаність населення із існуючим позитивним досвідом самоорганізації [10, с. 70].

Істотним напрямом активізації громадської свідомості та піднесення громадської ініціативи має стати поширення серед населення міста, а особливо серед населення проблемних мікрорайонів чи локацій, підходів «тактичного урбанізму». Головна ідея цієї теорії малих справ – позитивне перетворення міста залежить не тільки від діяльності влади від ініціативи містян, або як відвоювання просторів за допомогою дій, які не займають багато часу, але мають довгострокову перспективу. При цьому тактичний урбанізм якраз здатний ініціювати інтегровану взаємодію спільного використання ресурсів, просторів та об'єктів [11]:

- зони для дозвілля у поєднанні з бізнес/інфраструктурними об'єктами, наприклад футбольний майданчик на території супермаркету, де роль воріт

виконують візки, а поле гри обмежено клейкою стрічкою, чи зони для відпочинку з шезлонгами і басейнами на місцях вільних паркінгів;

- соціальні арт-інтервенції з використанням підручних елементів чи локальних особливостей, що видають явні недоліки міської інфраструктури;

- chair-bombing, як спосіб вторинного використання матеріалів, створення просторів для неформальних комунікацій, відпочинку, локальне пожвавлення креативної економіки.

Разом з тим, підтримка заходів тактичного урбанізму має істотно зацікавити органи місцевої влади та самоврядування. Тактичний урбанізм дозволяє місцевій владі здійснювати низьковитратні соціально-економічні експерименти щодо розвитку міських просторів, що засвідчив досвід перекриття вулиць м. Нью-Йорк для створення тимчасових пішохідних зон [11]. Таким чином міська адміністрація перевірила економічну і соціальну привабливість рішення щодо реконструкції і переорієнтації певних вулиць. Тому основним принципом планування і сучасних європейських міст є міжсекторальне співробітництво, яке передбачає загальне визнання, розуміння та спільне розв'язання проблем розвитку міста.

Органи державної влади та самоврядування не можуть і не повинні брати на себе виключну відповідальність у сфері міського планування та управління, а повинні діяти у співробітництві з громадянським суспільством і бізнесом. Залучення всіх у процеси «прямої демократії» і може забезпечити досягнення якісних змін у соціально-економічному та просторовому розвитку. Місто має гарантувати всезагальний доступ до благ та можливостей, які створює урбанізація, а також забезпечувати справедливий та демократичний розподіл матеріальних благ, товарів та можливостей. Для цього необхідно організовувати узгодженні колективні дії, спрямовані на створення нової міської дійсності. Стратегічним результатом активізації участі громади у інтегрованому міському розвитку стане:

- збільшення взаємної довіри та розуміння між громадою, бізнесом і владою;

- підвищення транспарентності процесів державного управління та ухвалення стратегічних владних рішень;

- розвиток реального і ефективного місцевого самоврядування;

- посилення демократичних засад функціонування українського суспільства та будівництва держави.

Література:

1. Лейпцизька Хартія «Міста Європи на шляху сталого розвитку». Неофіційний переклад АМУ [Електронний ресурс] / Асоціація міст України (офіційний веб-сайт), 28 жовтня 2016 р. – Режим доступу: http://www.auc.org.ua/novyna/leypcyzka-hartiya-mista-yevropy-na-shlyahu-stalogo-rozvytku-neoficiynyy-pereklad-amu.
2. Семигіна Т.В. Як перетворити населення на спільноту? (соціально-технологічні аспекти розвитку територіальної громади) / Т.В. Семигіна, Д.О. Лиховид // Наукові записки НаУКМА. Соціологічні науки. – 2015. – Т. 174 – С. 81-85.
3. Територіальна громада як базова ланка адміністративно-територіального устрою України: проблеми та перспективи реформування. - К.: НІСД, 2016. – 61 с.

4. Участь громадськості у процесі прийняття рішень на місцевому рівні: навчально-методичний посібник / ДП «Укртехінформ» – Київ, 2013. – 250 с.
5. Можливості для розвитку громад. Довідник міжнародних проектів та програм у сфері децентралізації та регіональної політики, що реалізуються в Україні / Видання здійснене в рамках Проекту USAID ПУЛЬС, Асоціація міст України. – Київ, 2015. – 24 с.
6. Барановська Т.М. Державна політика розвитку територіальних громад: зміст і основні підходи / Т.М. Барановська // Інвестиції: практика та досвід. – 2016. – №16. – С. 71–74.
7. Пінчук С.А. Безпосередня участь громадян у місцевому самоврядуванні: вітчизняна практика і перспективи: монографія / С.А. Пінчук. – Острог: ІГСУ, Видавництво Національного університету Острозька академія, 2012. – 176 с.
8. Семигіна Т.В. Колективне наснаження і самоорганізація територіальної громади / Т.В. Семигіна, Д.О. Лиховид // Наукові записки НаУКМА. Педагогічні, психологічні науки та соціальна робота. – 2015. – Т. 175. – С. 70-74.
9. Ільченко Н. В. Концепція участі та методи залучення населення до розвитку територіальної громади [Електронний ресурс] / Н. В. Ільченко // Державне управління: удосконалення та розвиток: електронне наукове фахове видання. – 2010. - №7. – Режим доступу: http://www.dy.nayka.com.ua/index.php?operation=1&iid=156.
10. Лиховид Д.О. Чи можлива самоорганізація територіальних громад в Україні? / Д.О. Лиховид, Т.В. Семигіна // Наукові записки НаУКМА. Політичні науки. – 2015. – Т. 173. – С. 67-71.
11. Ярликова О. 5 ідей тактичного урбанізму. Як громадські ініціативи змінюють міста в різних куточках планети на краще [Електронний ресурс] // День (Всеукраїнська суспільно-політична газета). – 2016. - №171-172. – Режим доступу: https://day.kyiv.ua/uk/article/cuspilstvo/5-idey-taktychnogo-urbanizmu.

11. LAW

Gavrilov V.N.,
Candidat of Law, Associate Professor, Professor of the Civil Law Department
Akhmerova D.Y., Kurlykova O.S.
Students
Saratov State Academy of Law, Russia

ABOUT SOME ASPECTS OF REMOTE TRADE IN VARIOUS COUNTRIES

Гаврилов В.Н.
к.ю.н., доцент, профессор кафедры Гражданского права
Ахмерова Д.Ю., Курлыкова О.С.
студенты
Саратовская государственная юридическая академия, Россия

О НЕКОТОРЫХ АСПЕКТАХ ДИСТАНЦИОННОЙ ТОРГОВЛИ В РАЗЛИЧНЫХ СТРАНАХ

In the article, we analyzed normative legal documents that regulate the specifics of distance sale in the Russian Federation and in European countries. We also considered some shortcomings in Russian legislation and determined the direction of its improvement in the field of regulating distance selling.

Keywords: *civil law, distance selling.*

В статье проведен анализ нормативно-правовых документов, регулирующих специфику дистанционных способов продаж в Российской Федерации и в ряде европейских стран. Выявлены некоторые пробелы российского законодательства и выделены направления его совершенствования в области регулирования дистанционной торговли с учетом европейского опыта.

Ключевые слова: *гражданское право, дистанционная торговля.*

В настоящее время развитие торговли в сети «Интернет» - наступившая реальность, а не перспектива. «Всемирная паутина» стала двигателем дистанционной торговли и на национальном, и на международном уровне, благодаря глобальности, доступности и скорости оборота информации. В связи с этим представляется интересным сравнение договора дистанционной продажи в странах ЕС и РФ.

Так, в Российской Федерации продажа товаров дистанционным способом определяется как продажа товаров по договору розничной купли-продажи, заключаемому на основании ознакомления покупателя с предложенным продавцом описанием товара, содержащимся в каталогах, проспектах, буклетах либо представленным на фотоснимках или с использованием сетей почтовой связи, сетей электросвязи, в том числе информационно-телекоммуникационной сети "Интернет" или иными способами, исключающими возможность непосредственного ознакомления покупателя с товаром либо образцом товара при заключении договора [4].

В странах ЕС договор дистанционной продажи определяется как любой договор на поставку товаров или услуг, заключаемый между поставщиком и потребителем в рамках схемы дистанционной продажи товаров или оказания услуг, организованной поставщиком, который в связи с заключением такого

договора использует исключительно одно или несколько средств дистанционной коммуникации до момента заключения такого договора [1].

В ФРГ дистанционные договоры, регулирующиеся нормами § 312 Германского гражданского уложения (далее - ГГУ) [2], трактуются как договоры о поставке товаров или выполнении услуг. При этом в данное определение включаются и финансовые услуги, заключенные исключительно с использованием средств удаленной коммуникации.

Таким образом, российское понятие дистанционного способа продажи не совпадает с европейским. Во-первых, российским законом конкретно определен предмет данного способа продаж - товар. Об этом свидетельствуют положения ст. 26.1 Закона РФ "О защите прав потребителей"[5] и п. 2 Правил продажи товаров дистанционным способом, которые вывели из сферы дистанционной торговли услуги, что ограничивает право граждан на свободное перемещение услуг [7, 21-22]. Т.е. российское законодательство содержит норму только в отношении дистанционной *торговли* товарами и никоим образом не регулирует порядок и условия предоставления услуг дистанционным способом.

Во-вторых, дистанционный способ продаж в РФ представляет собой не самостоятельный вид договора, а является одним из подвидов розничной купли-продажи [8, 367], чего нельзя сказать о дистанционной продаже в странах ЕС, где он является, скорее, смешанным договором.

Наиболее интересным представляется рассмотрение вопроса о праве покупателя на расторжение договора дистанционной продажи в рассматриваемых странах.

В России потребитель, в соответствии с п. 21 Правил продажи товаров дистанционным способом, может отказаться от товара в любое время до его передачи, а также в течение 7 дней после. Однако если не была предоставлена информация о порядке и сроках возврата товара ненадлежащего качества в письменной форме в момент его доставки, срок отказа увеличивается до 3 месяцев с момента передачи товара. Возвратить товар надлежащего качества представляется возможным при условии сохранения его товарного вида, потребительских свойств и наличия документа, который подтверждает факт и условия приобретения названного товара. Исключением из этого правила является лишь невозможность отказа покупателя от товара надлежащего качества, имеющего индивидуально-определенные свойства, в случае, если такой товар может быть использован исключительно приобретающим его потребителем [6].

Для сравнения, в соответствии с Директивой ЕС 2011/83/ЕС от 25 октября 2011 г., потребителю предоставляется 14-дневный срок для расторжения дистанционных контрактов. Если же продавец не предоставил потребителю информацию о праве на расторжение контракта, то период для такого расторжения заканчивается через 12 месяцев с момента истечения первоначального периода для расторжения контракта. Причем государства-члены ЕС не предоставляют право на расторжение контракта, в отношении следующих дистанционных контрактов: на поставку товаров, изготовленных в

соответствии со спецификациями потребителя, или явно индивидуализированных товаров; подверженных быстрой порче или утрате; товаров, которые после доставки ввиду своего характера неотделимо смешиваются с иными веществами и некоторые другие, что указано в п. а – п. m ст. 16 Директивы. Так, например, этот подход, при котором потребитель не может отказаться от договора, нашел свое отражение в §1837 Гражданского кодекса Чешской Республики [3].

Также, § 313 ГГУ сводит к минимуму возможность расторжения договора, определяя наличие лишь серьезного на то основания (например, представление ложной информации о товаре). Право на отказ от договора в связи с его неисполнением или ненадлежащим исполнением осуществляется в соответствии с § 323 ГГУ в случае установления разумного срока для соответствующего исполнения, в течение которого предприниматель не смог исполнить обязательства. Примечательно, что при малозначительности нарушения со стороны предпринимателя потребитель не вправе отказаться от договора. Потребителю по германскому законодательству дается 14 дней, отсчитывающихся с момента исполнения продавцом своих информационных обязанностей, для расторжения договора в одностороннем порядке без объяснения причин. Если же продавец не предоставил информацию о праве на отказ от контракта, т.е. не исполнил своё обязательство, срок для одностороннего расторжения договора потребителем продлевается на 12 месяцев с момента истечения первоначального периода.

Проведенный анализ в целом показывает несовершенство российского правового регулирования в области оборота товаров в сети «Интернет»: сфера предоставления услуг дистанционным способом продолжает оставаться пробелом законодательства; недостаточно гибким видится механизм реализации права на отказ от договора, что создает предпосылки для злоупотребления правом со стороны потребителя. Выход можно найти в комплексной систематизации российского законодательства в области дистанционной продажи, о чём неоднократно говорилось исследователями вопроса [9, 231]. Предполагается, что эта мера позволила бы установить единые для всех правила дистанционной торговли, а также расширила бы понятийный аппарат в данной сфере.

Разумным видится также применение согласованных усилий всего международного сообщества для разрешения потенциальных правовых проблем в сфере дистанционных продаж и устранения почвы для конфликтов, сохраняя те преимущества, которые дает международная информационно-телекоммуникационная сеть.

Литература:

1. Директива Европейского парламента и Совета Европейского Союза 2011/83/ЕС от 25 октября 2011 г.// L 304/64 EN Официальный журнал Европейского союза 25/01/2012.
2. "Гражданское уложение Германии" от 18.08.1886 г. (ред. 20.06.2017) [Электронный ресурс]. Режим доступа: http://www.gesetze-im-internet.de/bgb/index.html#BJNR001950896BJNE186902377 свободный (дата обращения: 30.11.2017).

3. Закон № 89/2012 – Гражданский кодекс Чешской Республики от 03.02.2012 г. [Электронный ресурс]. Режим доступа: http://juristpraha.cz/ru/89_2012_rus свободный (дата обращения: 14.12.2017).
4. Гражданский кодекс Российской Федерации от 30.11.1994 № 51-ФЗ (ред. от 29.07.2017) //СЗ РФ.1996. № 9. Ст. 773; 2017. №31. Ст. 4808.
5. Закон РФ от 7 февраля 1992 г. № 2300-I «О защите прав потребителей» (в редакции от 9 января 1996 г., с изм. на 1 мая 2017) // СЗ РФ. 1996. № 3. Ст. 140; 2017. № 18. Ст. 2665.
6. Постановление Правительства РФ от 27.09. 2007 № 612 (ред. от 04.10.2012) «Об утверждении Правил продажи товаров дистанционным способом» // СЗ РФ. 2007. № 41. Ст. 4894; 2012. № 41. Ст. 5629.
7. Зименкова О.Н. Законодательство Европейского экономического сообщества о защите прав потребителей. М., 1994.
8. Парций Я.Е. Комментарий к Закону РФ «О защите прав потребителей». М.: Норма, 2007.
9. Рассолов И.М. Право и Интернет. Теоретические проблемы. 2-е изд., доп. - М.: Норма, 2009.

12. TOURISM ECONOMY

Yarovyi V.F.
candidate of economic sciences, associate professor
Kherson State University, Ukraine

PLANNING, FORECASTING AND MODELING OF ENTERPRISES DEVELOPMENT IN THE FIELD OF TOURISM

Яровий В.Ф.
к.е.н., доцент
Херсонський державний університет, Україна

ПЛАНУВАННЯ, ПРОГНОЗУВАННЯ ТА МОДЕЛЮВАННЯ РОЗВИТКУ ПІДПРИЄМСТВ ГАЛУЗІ ТУРИЗМУ

The article reveals the features of planning, forecasting and simulation of enterprises of the tourism industry. Their planning and forecasting is determined by a set of problems that accompany their operation in specific conditions, as well as the goal and objectives of long-term development. It is advisable to use different methodological approaches – from resource to market. They should be directed, first of all, to the solution of innovation-investment and marketing (as a component of organizational and economic) aspects of development and development of business plans, programs and projects. Consequently, planning, forecasting and modeling will be designed in a form and process-oriented manner. This allowed us to substantiate that such a approach corresponds to the class of dynamic economic and mathematical models.

Key words: *enterprises, tourism industry, planning, forecasting, modeling, methodological approaches, innovations, investments, projects, processes, management, sustainable development.*

У статті виявлені особливості планування, прогнзування й моделювання підприємств галузі туризму. Їх планування та прогнозування визначається сукупністю проблем, які супроводжують їх функціонування у конкретних умовах, а також метою та цілями перспективного розвитку. При цьому доцільно використовувати різні методологічні підходи – від ресурсного до ринкового. Вони мають бути направлені, перш за все, на вирішення інноваційно-інвестиційних й маркетингових (як складових організаційно-економічних) аспектів розвитку та розробку бізнес-планів, програм і проектів. Отже, й планування, прогнозування і моделювання буде проектним за формою та процесним за змістом. Це дозволило обґрунтувати, що такому підходу відповідає клас динамічних економіко-математичних моделей.

Ключові слова: *підприємства, галузь туризму, планування, прогнозування, моделювання, методологічні підходи, інновації, інвестиції, проекти, процеси, управління, сталий розвиток.*

Методологічні засади здійснення планування, прогнозування й моделювання розвитку туристичних підприємств визначаються їх метою та цілями. В залежності від цього використовуються ті або інші методологічні підходи – ресурсний, ринковий, кластерний, процесний та ін. Так, організаційно-економічне, у т.ч. інноваційно-інвестиційне забезпечення розвитку підприємств галузі за своєю формою є проектним, а за змістом – процесним. Ця теза підтверджується необхідністю використання, взаємозв'язку і взаємообумовленості трьох груп показників – кількісних, якісних і відносних структурних показників. Тільки їх деталізація дозволяє планувати, прогнозувати й моделювати впровадження нових технологій і нових видів продуктів у

діяльність туристичних підприємств, а також необхідних капіталовкладень.

Рис. 1. Моделювання інноваційно-інвестиційного забезпечення розвитку підприємств галузі туризму на основі процесного підходу

Під інвестиційним забезпеченням розвитку підприємств галузі туризму доцільно розуміти систему їх організаційно-економічного забезпечення, призначену для покриття витрат основної діяльності й накопичення коштів з

метою нарощення обсягів виробництва і реалізації туристичних продуктів і послуг. Інвестиційні ресурси для цього формуються з дотриманням принципів довгостроковості, оптимальності, альтернативності. Джерелами інвестиційних ресурсів є власні кошти туристичних підприємств у вигляді частини чистого прибутку і амортизаційних відрахувань, а також залучені шляхом надання кредитів або випуску цінних паперів цих підприємств, коштів місцевого і державного бюджетів, спрямованих на виконання цільових програм у галузі туризму.

Досягнення завдань інвестиційного забезпечення розвитку туристичних підприємств здійснюється шляхом реалізації сукупності інвестиційних рішень. Будучи специфічним видом управлінських рішень, вони регулюються основними положенням теорії прийняття рішень, а також повинні мати характеристики, вимоги до яких також висуваються індикативними підходами [1, с. 275]. Прийняття інвестиційних рішень представляє собою управлінську дію, яка пов'язує стратегічну мету розвитку туристичних підприємств і систему їх тактичних цілей із можливостями суб'єктів для досягнення ефективного та конкурентоспроможного розвитку на основі використання наявних інвестиційних ресурсів, врахування чинників попиту й пропозиції на туристичні послуги і за певних умов зовнішнього середовища. Графічно процес прийняття інвестиційних рішень представлено на рис. 1.

Такий підхід до інвестиційного забезпечення розвитку підприємств у туризмі сприяє підвищенню рівня обґрунтованості інвестиційних рішень за рахунок конкретизації напрямків капіталовкладень, а також їх передбачуваних результатів. Разом з тим, актуальним залишається питання визначення суми інвестицій на забезпечення розвитку підприємств загалом або видів туристичної діяльності зокрема [2, с. 89]. Для цього доцільно скористатись апаратом виробничих функцій, що пов'язують мету розвитку туристичних підприємств – зростання обсягів надання туристичних продуктів і послуг населенню, із витратами ресурсів, необхідних для організації відповідних бізнес-процесів. Нами було розглянуто механізм побудови і застосування економіко-математичної моделі інвестиційного забезпечення розвитку туристичних підприємств у Херсонській області.

Як видно з статистичної інформації, за останні роки спостерігалось не стійке зростання обсягів виробництва і реалізації туристичних послуг споживачам. При цьому вартість основного капіталу як головного чинника активізації туристичної діяльності не зазнала подібних змін і зростала протягом аналізованого періоду досить системно. Однак слід зазначити, що рівень зносу основних засобів туристичних підприємств зменшився через їх оновлення й впровадження інновацій. Разом з тим кількість їх працівників за той же період продовжувала зменшуватись у зв'язку із реструктуризацією підприємств, удосконаленням бізнес-процесів.

Отже, значимим чинником економічного зростання й ефективного розвитку туристичних підприємств є інвестиційна політика і стратегія, реалізація яких сприяє як оновленню основного капіталу, зменшенню ступеня його зносу, так і здатна забезпечити заміну людського капіталу (що зменшується) основним капіталом більш високої продуктивності й

технологічного рівня.

З метою стратегічного управління інвестиційним забезпеченням сталого економічного розвитку туристичних підприємств в умовах погіршення демографічної і соціальної ситуації, екологічних ризиків необхідно здійснювати прогнозування обсягів інвестицій в основний капітал з подальшим плануванням кількісних і якісних характеристик економічного розвитку [4, с. 9]. За аналітичними даними доцільно зробити висновки щодо подальшого скорочення обсягу інвестицій, якщо збережеться їх сучасна динаміка. Оскільки розподіл і вкладення інвестицій є процесом нерівномірним, для підвищення точності прогнозів необхідно аналізувати не тільки річну динаміку, яка відображає вплив низки макроекономічних чинників, але й квартальну, яка характеризує специфіку перерозподілу коштів протягом календарного року з урахуванням сезонності туристичної діяльності (високий і низький сезони) та святкових днів/періодів.

Згідно спостережень, має місце зростання виручки від реалізації туристичних послуг у високі сезони, а здійснення капіталовкладень - протягом поточного року й стрімке їх падіння на початку наступного календарного періоду, що узгоджується з сезонним характером діяльності. Ці особливості доцільно враховувати в процесі прогнозування обсягів інвестицій, оскільки їх недотримання призведе до низької якості отриманих економіко-математичних співвідношень. За результатами аналізу існуючих методологічних підходів до отримання економічних прогнозів і з метою забезпечення інвестиційного підґрунтя стійкого соціально-економічного розвитку туристичних підприємств обрано клас динамічних економіко-математичних моделей, оскільки саме вони передбачають виділення й прогнозування основних закономірностей прояву фінансово-економічних показників.

Вибір форм факторної залежності у моделюванні розвитку туристичних підприємств на перспективу визначатиметься конкретною соціально-економічною ситуацією – якщо коливання величини інвестицій мають постійний або близький до нього характер, то модель матиме адитивний характер, в інших випадках – мультиплікативний. Враховуючи недостатній обсяг вихідної інформації, зумовлюваний, здебільшого змінами умов господарювання, циклічністю економічного розвитку, дією фінансово-економічних криз, випадковістю складових величини інвестицій в основний капітал, їх довгостроковий прогноз не представляється можливим.

Таким чином, запропонований методологічний підхід до прогнозування інвестиційного забезпечення розвитку підприємств туристичної галузі, що базується на концепції сталого розвитку соціально-економічних систем, теорії виробничих функцій, принципах і методах економіко-математичного моделювання забезпечує послідовне і сумісне використання побудованих залежностей для інвестиційного забезпечення, передбачає обґрунтування суми і структури інвестицій в їх основний капітал для сприяння здійсненню визначених темпів соціально-економічного зростання при збереженні й відтворенні залучених природних ресурсів [5, с. 21].

Подальше відтворення стійкого соціально-економічного зростання

туристичних підприємств вимагає з'ясування реального стану протікання інвестиційних процесів і причин спаду інвестиційної активності. Україна має потужний промисловий, аграрний, туристичний виробничо-ресурсний потенціал, розвинену інфраструктуру, вигідне географічне положення. Позитивний вплив здійснюють стабілізація національної валюти і керованість інфляційними процесами.

Згідно аналітичних досліджень, за величиною виробничо-економічного потенціалу Україна входить у число перших провідних п'яти європейських країн. Проте рівень його використання є неефективним та екстенсивним. Необхідно вказати, що засобом вирішення вказаної проблеми є у т.ч. залучення іноземних інвестицій. Іноземні інвестиції сприяють концентрації капіталів, використанню інновацій, формуванню фондового ринку, активізують розвиток попиту і пропозиції, соціальні ініціативи. Відповідно з оцінкою експертів, підприємницький ризик вкладання інвестицій у вітчизняні або спільні підприємства знаходиться в межах 80%.

Саме це зумовлює незначний потік прямих іноземних інвестицій. У світовому їх потоці на вітчизняну економіку загалом припадає близько 1,0%, що дуже мало [6, с. 275]. Наукові розробки й практика господарювання свідчать, що Україна може вийти з кризового стану, в першу чергу, за рахунок власних сил і засобів. Проте інтенсивний перехід до конкурентоспроможної моделі національної економіки потребує співробітництва зі світовими фінансовими інститутами, в яких інвестиції та кредити є важливим економічним важелем стійкого розвитку суб’єктів господарювання.

При цьому важливою умовою залучення як внутрішніх, так і іноземних інвесторів у туристичні підприємства, заклади готельно-ресторанного господарства та готельні мережі є ефективний організаційно-економічний механізм інвестування, стратегічне управління інвестиційними процесами в цілому і стратегічне планування та проектування інвестиційних заходів зокрема як основних чинників підвищення їх інвестиційної активності й привабливості.

Література:

1. Шембелева Е.А. Экономико-математические модели управления развитием системы туризма / Е.А. Шембелева // Збірник наукових праць МННЦ ІТіС. – К., 2012. – №17. – С. 267-282.
2. Носкова В.В. Впровадження інформаційних технологій в діяльність туристичної компанії. / В.В. Носкова // Електронна збірка наукових статей: наукові дослідження молоді – вирішення проблем європейської інтеграції. – Х.: УБС НБУ, 2011. – С. 87-90.
3. Сумкіна Т.О. Моделювання розвиту туризму в Україні / Т.О. Сумкіна // Вісник Бердянського університету менеджменту і бізнесу. – Бердянськ, 2010. – № 3 (11). – С. 41-44.
4. Благун І.С. Прогнозування попиту на туристичні послуги / І.С. Благун, О.І. Кейван // Бізнесінформ. – Харків: ХНЕУ, 2012. – № 8. – С. 7-11.
5. Виклюк Я.І. Розвиток методів та засобів математичного моделювання об’єктів туристичної галузі / Я.І. Виклюк. – Львів: Нац. університет «Львівська політехніка». – 2011. – 42 с.
6. Ткаченко Т. І. Сталий розвиток туризму: теорія, методологія, реалії бізнесу : монографія / Т. І. Ткаченко. – К. : Київ. нац. торг-екон. ун-т, 2006. – 537 с.

13. MANAGEMENT

Bondarenko S. M.
Associate professor, assistant professor
Kyiv National University of Technology and Design

FUNDAMENTAL CONCEPTS OF EFQM BUSINESS EXCELLENCE MODEL

Бондаренко С. М.
к.е.н., доцент
Київський національний університет технологій та дизайну

ФУНДАМЕНТАЛЬНІ КОНЦЕПЦІЇ МОДЕЛІ ДІЛОВОЇ ДОСКОНАЛОСТІ EFQM

The article deals with the fundamental concepts of EFQM business excellence model of the European Quality Management Fund. The characteristics of the concepts are presented and the possibilities of their usage are considered at the domestic enterprises of Ukraine.

Key words: *fundamental concept, organization, excellence, EFQM business excellence model, quality award.*

У статті розглянуто фундаментальні концепції моделі ділової досконалості Європейського фонду управління якістю EFQM. Наведено характеристику концепцій та розглянуто можливості їх використання на вітчизняних підприємствах України.

Ключові слова: *фундаментальна концепція, організація, досконалість, модель ділової досконалості EFQM, премії з якості.*

Постановка проблеми. Підвищення конкурентоспроможності національної економіки України вирішальною мірою забезпечується посиленням конкурентоспроможності вітчизняних підприємств і організацій на глобалізованому насиченому світовому ринку. Останнє забезпечується впровадженням соціально орієнтованих концепцій загального управління якістю та моделі ділової досконалості EFQM у практику роботи вітчизняних підприємств. На сьогоднішній день питання ділової досконалості підприємств та організацій є актуальними та важливими.

Аналіз останніх публікацій. У вітчизняній та зарубіжній літературі проблеми удосконалення діяльності підприємства на базі концепцій загального управління якістю TQM та моделі ділової досконалості EFQM вже достатньо повно висвітлені. Найбільш відомими є праці Л. Анісімової, Р. Бичківського, П. Калити, Д. Лойко, О. Момота, К. Рамперсада, С. Фомічева, М. Шаповала та ін. Загальні теоретичні та методичні підходи до управління якістю на базі концепцій TQM та EFQM сформовано у працях [1-4, 7, 10]. Забезпечення ділової досконалості вимагає застосування стратегічного підходу до визначення перспектив розвитку підприємства, впровадження якого розкрито в роботі [6].

Невирішені частини проблеми. Питання фундаментальних концепцій моделі ділової досконалості EFQM висвітлені недостатньо повно.

Мета статті – дослідження фундаментальних концепцій моделі ділової досконалості EFQM як описання принципів діяльності, яких повинні дотримуватись організації для досягнення ними ділової досконалості.

Результати дослідження. Модель досконалості Європейського фонду управління якістю — це практичний інструмент, який допомагає організаціям

встановити цілісну систему управління, вимірюючи, де саме вони знаходяться на шляху до ділової досконалості, допомагаючи їм зрозуміти прогалини в діяльності, і потім, стимулюючи необхідні рішення для досягнення успіху [8]. Модель досконалості була представлена на початку 1992 року як структура для оцінки заявок компаній, що претендують на Європейську премію якості. Ділова досконалість – стан організації, який визначає її спроможність ставити і досягати цілі по задоволенню заінтересованих сторін [5].

Розрізняють три складові моделі EFQM: фундаментальні концепції; структура критеріїв та підкритеріїв; логіка RADAR.

Фундаментальні концепції – це, власне кажучи, описання принципів діяльності, яких повинні дотримуватися організації для досягнення ними ділової досконалості (рис. 1). Це універсальні рекомендації, які дають змогу організаціям швидше, ефективніше та надійніше забезпечити свою досконалість, конкурентоспроможність та досягати високих результатів у бізнесі. Як показали дослідження, фундаментальні концепції можуть застосовуватись до організації будь-якої сфери діяльності та розміру при використанні моделі досконалості EFQM.

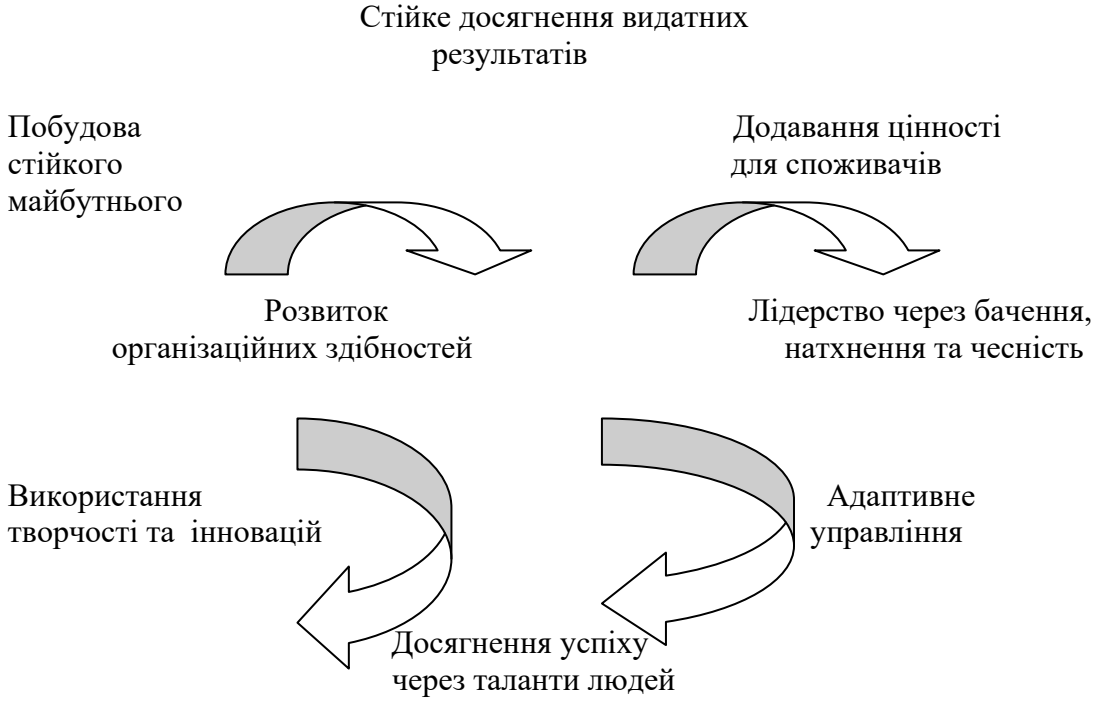


Рис. 1. Фундаментальні концепції моделі досконалості EFQM

1. Лідерство через бачення, натхнення та чесність. Досконалі організації мають лідерів, які формують бачення майбутнього організації та реалізують його, діючи при цьому чесно, прозоро та етично. Дуже важливо, якою організацію бачать лідери в майбутньому. Бачення керівництва повинен розуміти та розділяти персонал. Це бачення повинно викликати у співробітників захоплення, натхнення та бажання працювати для його досягнення.

2. Адаптивне управління. Досконала організація швидко пристосовується до загроз та можливостей зовнішнього середовища. Для цього вона може оперативно змінювати свою стратегію, бюджет, організаційну структуру,

регламентуючі документи, технології та ін. [9]. Особливу роль в адаптивності організації відіграє процесний підхід. Досконала організація управляється через структуровані процеси, узгоджені зі стратегією. Систематичне впровадження політики, стратегії, цілей та планів організації забезпечується через чіткий інтегрований набір процесів, які ефективно застосовуються, управляються, вдосконалюються та змінюються кожен раз, коли виникає така потреба.

3. Додавання цінності для споживачів. Досконалі організації усвідомлюють, що споживачі є головною причиною їх існування і намагаються створювати цінності для них через розуміння і передбачення їх потреб та очікувань. Організації виходять з того, що потрібно не тільки виробляти продукцію для споживачів чи надавати їм послуги, а давати значно більше, створювати унікальні цінності, повністю вирішувати потреби, реалізувати їх мрії. Виробникові дуже корисно глибоко зрозуміти своїх споживачів та дивитися на власну пропозицію їхніми очима.

Створення цінності для споживачів є переважно творчим процесом і його доцільно проводити спільно зі споживачами. Крім того, потрібно надавати пропозиції, які істотно відрізняються від того, що пропонують конкуренти.

4. Досягнення успіху через таланти людей. Досконалі організації розглядають кожного співробітника як людину, яка володіє унікальним талантом. Задача організації – зрозуміти ці таланти, створити умови для їх розвитку та використання для досягнення загальної мети. Розвиток персоналу підтримується та стимулюється для того, щоб працівники могли повністю розкрити свій талант. Ці організації визнають зростання важливості інтелектуального капіталу своїх людей та використання їх знань на користь організації. Вони визнають та винагороджують персонал, піклуються про нього таким чином, щоб забезпечити його відданість та підтримати його лояльність до організації. Важливо максимізувати потенціал персоналу і активно залучати його до удосконалення через цінності, що поділяються усіма співробітниками, культуру довіри, відкритості та делегування повноважень.

5. Використання творчості та інновацій. Досконалі організації постійно удосконалюються. Вони систематично відслідковують можливості для удосконалення та ухвалюють рішення про впровадження удосконалення. Джерелами ідей можуть бути як підсумки власної діяльності та результати роботи персоналу, так і інші. Досконалі організації постійно займаються бенчмаркінгом для виділення найкращого досвіду, накопиченого як в організації, так і з її межами. Вони накопичують та поширюють знання персоналу, щоб максимізувати можливості удосконалення в організації. Вони відкриті для прийняття та використання ідей від усіх заінтересованих сторін. У співробітників має бути дві складові діяльності: виконання процесів і їх удосконалення. Досконалі організації охороняють свою інтелектуальну власність та використовують її для комерційних цілей. Досконала організація визначає можливі ризики проектів з удосконалення та порівнює їх з майбутніми вигодами.

6. Побудова стійкого майбутнього. Досконалі організації прагнуть забезпечити стійкий розвиток у довгостроковій перспективі. Вони не роблять

дій, які можуть негативно позначитися на їх іміджеві, навіть якщо ці дії дозволяють отримати короткотермінові результати. Комерційний успіх підприємства досягається засобами, які передбачають дотримання моральних цінностей та повагу до людей, спільнот і навколишнього середовища.

Досконалі організації відповідально застосовують високі етичні підходи, щоб бути прозорими та зрозумілими для всіх заінтересованих сторін щодо своїх результатів. Вони розглядають та активно просувають соціальну відповідальність та екологічну стійкість як тепер, так і на майбутнє. Корпоративна соціальна відповідальність організації відбивається у її цінностях та інтегрується в усі види діяльності. Через діяльність, яка відкрита до залучення заінтересованих сторін, вони виконують та перевищують очікування та регулятивні вимоги локального суспільства, а там, де це доцільно – і глобального. Вони управляють ризиками, а також шукають і використовують можливості брати участь у взаємовигідних проектах із суспільством, надихаючи заінтересовані сторони та забезпечуючи високий рівень їхньої довіри.

7. Розвиток організаційних здібностей. Досконалі організації визнають, що у сьогоднішньому світі, який постійно змінюється та стає більш вимогливим, успіх у бізнесі залежить від всього ланцюга створення цінності. Тому вони шукають партнерських стосунків з постачальниками, споживачами та іншими партнерами, що засновані на довірі. Такі стосунки дозволяють їм збільшувати цінності, що створюються для заінтересованих сторін. Партнерські стосунки встановлюються зі споживачами, суспільством, постачальниками, освітніми закладами, суспільними організаціями та ін. Партнери працюють разом, щоб досягти спільних цілей, підтримують один одного ресурсами і знаннями та будують стійкі стосунки, що ґрунтуються на взаємній довірі, повазі та відкритості.

8. Стійке досягнення видатних результатів. Діяльність організації може бути високо оцінена, якщо вона забезпечує досягнення запланованих результатів, а досягнення цих результатів, у свою чергу, сприяє реалізації місії та бачення [9]. Досконала організація повинна використовувати систему показників діяльності – документально оформленої сукупності даних комерційної організації, що відображають середовище існування компанії, принципи та методи співпраці з групами впливу, результати діяльності компанії в економічній, соціальній, екологічній сфері життя суспільства.

Висновки. Фундаментальні концепції – це описання принципів діяльності, яких повинні дотримуватися організації для досягнення ними ділової досконалості. Це вісім таких концепцій: лідерство через бачення, натхнення та чесність, адаптивне управління, додавання цінності для споживачів, досягнення успіху через таланти людей, використання творчості та інновацій, побудова стійкого майбутнього, розвиток організаційних здібностей, стійке досягнення видатних результатів. Фундаментальні концепції можуть застосовуватись до організації будь-якої сфери діяльності та розміру при використанні моделі досконалості EFQM.

Література:

1. Анісімова Л. Удосконалення систем менеджменту якості в умовах глобалізації ринку / Л. Анісімова // Вісник Київського національного університету ім.. Т. Шевченка. Економіка. - 2009. - Вип. 110. - С. 30-33. - Режим доступу: http://nbuv.gov.ua/UJRN/VKNU_Ekon_2009_110_10
2. Бондаренко С. Задоволеність споживачів як основа успіху у бізнесі [Текст] / С. Бондаренко // Економіст. — 2004. — № 12. — С. 35—37.
3. Бондаренко С.М. Особливості використання соціально-орієнтованої концепції загального управління якістю TQM в Україні / С.М. Бондаренко, І.М. Строкач // Технології та дизайн. – 2014. – № 1 (10). - Режим доступу до журн.:http://www.irbisnbuv.gov.ua/cgibin/irbis_nbuv/cgiirbis_64.exe?Z21ID=&I21DBN=UJRN&P21DBN=UJRN&S21STN=1&S21REF=10&S21FMT=njuu_all&C21COM=S&S21CNR=20&S21P01=0&S21P02=0&S21P03=I=&S21COLORTERMS=0&S21STR=EJ000048%2F2014%2F1
4. Бондаренко С.М. Система показників конкурентоспроможності, соціально-економічної ефективності для споживача та рейтингу виробу на ринку / С.М. Бондаренко // Проблеми науки. – 2001. - № 10. – С. 40-46.
5. Калита П. Формула успеха: чем совершеннее компания, тем комфортнее ей в государстве / П. Калита // Режим доступа: http://www.uaq.org.ua/index.php/uk/publikatsiji-petra-kaliti
6. Касич А.О. Втілення концепції стратегічного управління в практику вітчизняних підприємств / Касич А.О. // Бізнес-Інформ. – 2014. – № 11. – С. 290–294.
7. Лойко Д.П. Управління якістю [Текст]: навч. посіб. 2-ге вид. - Львів: Магнолія 2006, 2015. – 336 с.
8. Модель досконалості Європейського фонду управління якістю (EFQM). [Електронний ресурс]. / Режим доступу: https://uk.wikipedia.org/wiki
9. Центральная и Восточная Европа. Лидеры качества 2015: альбом / П. Калита // К.: ООО «Компания ВАИТЭ», 2015. – 72 с.
10. Bondarenko S., Humenna O. Quality improvement required to join Ukraine the WTO and the EU // Вісник КНУТД № 5 (37) Том 2, 2007. – С. 81-83.

Dr. Stoyan Koev

MODELS FOR EFFICIENT CONDUCT OF BUSINESS COMMUNICATIONS IN ORGANIZATION

д-р Стоян Коев

МОДЕЛИ ЗА ЕФЕКТИВНО ПРОВЕЖДАНЕ НА БИЗНЕС КОМУНИКАЦИИ В ОРГАНИЗАЦИЯТА

Summary. Business communication is the aggregate of all communications that are sent and received for business purposes in order to fulfill fully the work obligations. The success of any modern business depends to a large extent on the efficiency of organizing the internal and external communication. Modern organizations use models to conduct different types of communication. Models are characterized by different elements and scope and determine the movement of information vertically and horizontally between employees and managers in the organization.

Keywords: *communication, business communication, model, business communication models.*

Резюме. *Бизнес комуникацията е съвкупността от всички съобщения, които се изпращат и получават със служебна цел за пълноценно изпълнение на работните задължения. Успехът на всеки съвременен бизнес до голяма степен зависи от*

ефективността на провеждане на вътрешната и външната комуникация на организацията. Съвременните организации използват модели за провеждане на различните типове комуникация. Моделите се характеризират с различни елементи и обхват и определят движението на информацията по вертикала и хоризонтала между служителите и ръководителите в организацията.

Ключови думи: *комуникация, бизнес комуникация, модел, бизнес комуникационни модели.*

JEL: D83, M10, M19.

Въведение. Всички бизнес комуникации влияят върху ефективността и развитието на съвременния бизнес. Успешната бизнес комуникация може да насърчи бизнес интересите на партньори и служители, а неефективната комуникация представя организацията в лоша светлина пред заинтересованите страни. Комуникацията е жизнената кръв на всяка организация и нейната основна цел е да осъществява трансфера на информация по вътрешните и външните комуникационни канали. Във всяка организация основната грижа е поддържането на ефективен комуникационен процес. Основните проблеми в комуникацията се появяват когато смисълът, който действително се разбира, не е този, което е изпратен. Основното разбиране в комуникационния процес е, че говорителят и слушателят са двама отделни индивиди, които имат свои собствени ограничения и могат да създадат бариери, които да нарушат посланието, което се предава между тях. Организациите изграждат модели за провеждане на бизнес комуникациите, благодарение на които информацията да протича ефективно в и извън организацията.

Посочените аргументи определят **значението и актуалността** на разглежданата проблематика.

Целта на настоящата статия е да се представят моделите за провеждане на бизнес комуникациите в организацията.

Обект на изследване са моделите за провеждане на бизнес комуникации.

- **Дефиниция за процеса на бизнес комуникации в организацията**

Терминът комуникация произлиза от латинската дума „communis“, която в превод означава „споделяне“, „правя нещо общо“. В разбирането за комуникация се включват и термините за трансфер, значение и информация. Най-общо комуникацията може да се определи като процес, чрез който две или повече лица обменят мисли и идеи помежду си.

Съществуват две представителни дефиниции за същността на комуникацията. Според Оксфордския английски речник, комуникацията представлява „съобщаване, предаване или размяна на идеи, познания и други, било то устно, писмено или със звуци.“[1] Тази дефиниция показва, че комуникацията в по-широк смисъл включва в себе си всички процедури, чрез които един ум въздейства върху друг. Тези процедури могат да се квалифицират като изговорна и писмена реч, музика, изобразително изкуство, балет, театър, кино и други, свързани с човешкото поведение.

Втората дефиниция е на колективът Х. Ласуел, У. Шрам, М. Де Фльор и Д. Маккуейл [2], според които комуникацията не съществува сама по себе си, тя се създава от хората, които са влезли в комуникационно взаимоотношение и

следователно изучава не друго, а индивида, връзките му с отделни групи, организации и общества.

Процесът на комуникация е фундаментален за човешките същества. Комуникацията се дефинира като процес на разбиране и споделяне на смисъла [3]. Едно от най-кратките определения за процеса на комуникация дават Д. Костли и Р. Тод [4], според което, комуникацията е умението на хората да разбират и да бъдат разбирани. Самият процес включва изпращане, приемане и тълкуване на посланията.

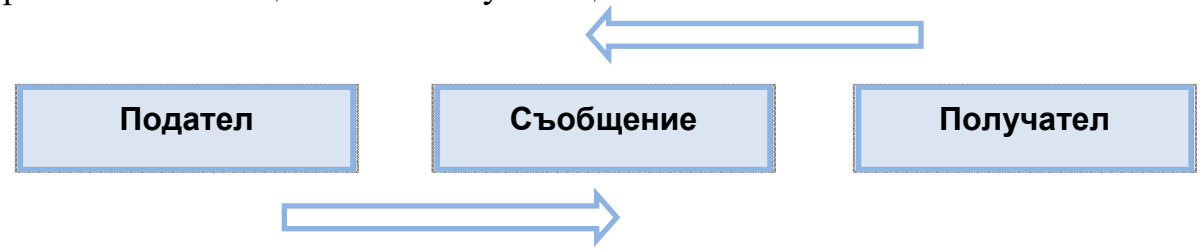
Според Р. Шермерхорн [5], ефективният процес на комуникация възниква тогава, когато избраното значение от източника и възприетото значение от приемника са практически едни и същи. В така представеното определение процесът на комуникация включва в себе си два основни аспекта.

На първо място, има нещо, което се предава, като факти, чувства или идеи. По този начин комуникацията се възприема като процес на приемане [17]. От една страна е изпращачът на съобщението, а от друга – получателят. Между двама участници в процеса се намира посланието, което се предава.

От друга страна, в процеса на комуникация се подчертава значението на разбирането на съобщението. Споделянето на разбиране би било възможно само когато човекът, който получава посланието, го разбира в същия смисъл, в който подателят на съобщението иска той да го разбере. По този начин комуникацията включва нещо повече от просто предаване и получаване на послание. Правилното тълкуване на съобщението е важно от гледна точка на ефективността на комуникацията като процес [18]. Именно поради тази причина, колкото по-голяма е степента на разбирателство, присъстващо в комуникацията, толкова по-голяма е вероятността човешкото действие да продължи в посока на постигане на поставените цели.

- **Елементи и етапи на процеса за бизнес комуникации в организацията**

Както стана ясно, бизнес комуникацията е процес, чрез който хора, групи, организации и общности, които се намират във връзка помежду си, създават, използват и предават информация, която е необходима за извършване на определени действия за постигане на определени цели. Комуникацията е двупосочен процес, при който могат да се предават както идеи, така и емоции между участниците в него. На фигура 1 е представен процесът на общуване, при който се осъществяват комуникациите.



Фигура 1. Комуникационен процес

Както се вижда на фиг. 1, подателят създава и кодира съобщението, което изпраща към получателя чрез каналите за предаване и приемане на

съобщението. От своя страна, получателят приема, декодира и изпраща обратна връзка по отношение на съобщението. При изпълнението на тази последователност от дейности, комуникационният процес бива осъществен.

От така представения процес могат да се извеждат елементите, които съставят един комуникационен процес:

- *Източник на информация* – лицето, което предава информацията в процеса на комуникация. Изпращачът/адресантът може да бъде индивидуален или групов.
- *Съобщение/послание* – връзката между изпращача и получателя в двете посоки от процеса на комуникация. Съобщението може да бъде словесно, писмено или жестово.
- *Получател на информация* – лицето, което приема информацията и я интерпретира. Адресатът може да бъде индивидуален или групов.
- *Средства за предаване/приемане на информация* – комуникационните канали могат да бъдат вербални, невербални или технически.

Бизнес комуникацията като прецес се осъществява от последователно реализиране на следните действия:

- *Зареждане на идеята* – подбор на информацията, която ще бъде обект на съобщението.
- *Кодиране* – оформяне на съобщението с подходящи символи, интонация и жестове.
- *Предаване* – осъществяване на комуникацията с подходящ избор на канал.
- *Приемане* – получателят на съобщението трябва да започне да функционира за приемане на съобщението.
- *Разкодиране* – получателят трябва да разкодира съобщението и да разбере(интерпретира) правилно информацията.
- *Възприемане* – етап, който се свързва с предприемане на действия.
- *Обратна връзка* – изпращачът получава информация за това, как е било възприето съобщението и разбрана информацията.

За да бъде ефективен процесът на комуникация, той трябва да създава в общуващите лица или бизнес организации образ, който е адекватен на мисълта, която предава изпращача на съобщението [18]. Ефективна е комуникацията, при която идеята е възприета еднозначно, така, както е предадена.

- **Модели за осъществяване на бизнес комуникации**

Комуникационните модели представляват систематично представяне на процеса, като помагат да се разбере, как се осъществява комуникацията в рамките на организацията. Моделите образуват общи перспективи за осъществяване на комуникацията, като представят връзката между елементите й.

Методите и каналите за комуникация, които трябва да се използват, и целта, която трябва да се постигне, трябва да бъдат взети под внимание, преди да се избере конкретен комуникационен модел за внедряване в организацията [17]. Познатите модели се използват от бизнес организациите за насърчаване на тяхната комуникация в организациите и с външните публики.

Видове комуникационни модели могат условно да се групират в три големи групи:

- *Линейни модели за комуникация*

Линейните модели на комуникация са прости и еднопосочни комуникационни модели, при които съобщението протича по права линия от подателя към приемника. При този тип модели не съществува обратна връзка, единствената задача на приемника е да получи съобщението. Моделите, следващи линейния модел на комуникация, са:

- ✓ Моделът на Аристотел;
- ✓ Моделът на Х. Ласуел;
- ✓ Модел на К. Шанън и У. Уивър;
- ✓ Моделът S-M-C-R на Д. Берло.

- *Транзакционни модели за комуникация*

При транзакционните модели изпращачите и получателите са известни като комуникатори и играят еднакво важна роля в процеса на комуникация. Транзакционните модели свързват комуникацията със социалната реалност и взаимоотношенията между комуникаторите в културен и относителен контекст. Обратната връзка при този тип модели се явява невербалната комуникация като жестове, език на тялото и други. Моделите, следващи транзакционния модел на комуникация, са:

- ✓ Транзакционен комуникационен модел на Д. Барнлунд;
- ✓ Комуникационен модел мозайка на Бекер.

- *Интерактивни модели за комуникация*

Интерактивните модели или моделите на конвергенция са подобни на транзакционните модели, тъй като са двупосочни модели на комуникация. Интерактивният модел обаче се използва най-вече за нови медии като интернет. При тях, хората могат да реагират на масови комуникации като видеоклипове, новини, визуални послания и други. Най-популярният интерактивен модел за комуникация е:

- ✓ Интерактивен комуникационен модел на Шрам.

- *Други комуникационни модели*

- ✓ Спираловиден модел на комуникацията
- ✓ Концептуален модел за комуникация на Б. Уестли и М. Маклийн
- ✓ Комуникационен модел на конвергенция на Д. Кинкейд и Е. Роджърс
- ✓ Комуникационен модел „човек – социален контекст“ на О. Харжи и колектив.

В изложението по-долу са представени и анализирани различните модели, описващи процеса на бизнес комуникациите.

Заключение. Бизнес комуникациите са важна част от съвременния бизнес свят и са един от крайъгълните камъни за създаване и поддържане на успешен бизнес. Във всяка организационна дейност трансферът на информация е от съществено значение за осъществяване на работния процес. Комуникациите поддържат основните бизнес дейности в организацията.

Таблица 1

Сравнителна таблица на комуникационните модели

Комуникаци-онен модел	Автор	Година	Тип	Елементи на модела	Предимства на модела	Недостатъци на модела
Комуникационен модел на Аристотел [6]	Аристотел	384-322 В.С	Линеен	Говорител Реч Аудитория Ефекти Повод	• Признава логиката при провеждане на комуникация. • Признава присъствието на факти и данни в процеса на комуникация. • Анализира аудиторията и повода за провеждане на комуникация.	• Не отчита обратната връзка. • Не представя концепция за наличието на шум или бариери. • Единственото му приложение е в ситуация на публично говорене.
Комуникационен модел на Х. Ласуел [7]	Х. Ласуел	1948	Линеен	Изпращач Съобщение Среда Получател Обратна връзка	• Лесен за разбиране и реализация в рамките на бизнес организацията. • Подходящ е за почти всички видове комуникация извън организацията. • Отчита концепцията за ефекта при провеждане на комуникация в и извън организацията.	• Не проследява обратната връзка от процеса на комуникация. • Не отчита шума, който може да съпътства комуникационния процес. • Комуникацията се проследява еднопосочно.
Комуникационен модел на К. Шанън и У. Уивър [8]	К. Шанън и У. Уивър	1949	Линеен	Изпращач Кодиране Канал Декодиране Приемник Шум Обратна връзка	• Залага концепцията за шума. • Комуникацията се приема като двустранен процес. • Съобщението се приема като количествено измеримо.	• Трудно приложение за груповата или масовата комуникация. • Приема се, че приемникът играе пасивната роля в комуникационния процес. • Обратната връзка на изпращача се приема за по-малко важна, отколкото изпращаното съобщение от подателя.
Комуникаци-онен модел S-M-C-R [9]	Д. Берло	1960	Линеен	Източник Съобщение Канал Получател Кодиране Декодиране	• Подробен анализ на уменията и индивидуалните характеристики на участниците. • Подробно анализиране на използваните канали. • Анализ на основните характеристики на съобщението.	• Не отчита обратната връзка. • Не отчита шума или бариерите в комуникационния процес. • Не може да се използва при двупосочна комуникация. • Ефективността на комуникацията се определя от сходството на факторите на изпраща и получателя на съобщението.
Транзакционен комуникационен модел [10]	Д. Барнлунд		Транзак-ционен	Обществе-ните знаци Личните знаци Поведенческите знаци Кодиране Тълкуване Декодиране	• Отчита предишния опит на изпращача и получателя. • Отчита едновременно изпращането на съобщения. • Отчита шума и обратна връзка. • Най-систематичният модел на комуникация.	• Прекалено сложен за приложение. • Изпращачът и получателят трябва да разбират кодовете, изпратени от другата страна в комуникацията. • Липсва идеята за изследване на кодовете.
Комуникационен	С. Бекер	1968	Транзак-	Източник	• Комуникацията е динамична и	• Не обяснява много измерения,

модел мозайка [11]			ционен	Приемник Съобщение Клетки в мрежа	сложна. • Обяснява защо излагането на съобщения варира. • Признава съществуването на индивидуални различия между хората. • Признава, че съобщението се интерпретира в сравнение с наличната информация.	които влияят върху комуникацията, като културни и социални различия. • Може да се получи загуба на информация в частиците на мозайката. • Новите части на информация са безполезни, ако последните части на информация са загубени.
Интерактивен комуникационен модел [12]	Л. Шрам	1954	Интерак-тивен	Съобщение Енкодер Декодер Интерпре-татор	• Комуникацията следва динамичен модел, който се изменя спрямо промените в ситуацията. • Участниците изпълняват едновременно ролите си на изпращач и получател. • Комуникацията следва кръгово движение. • Обратната връзка заема централна функция в процеса на комуникация.	• Обратната връзка не се осъществява едновременно, което може да отнеме много време за предаване на съобщения между участниците. • Комуникацията няма как да се приема като динамична.
Спираловиден модел на комуникация [13]	Ф. Денс	1967	Други	Изпращач Приемник Съобщение	• Участниците се приемат за активни, творчески и способни да възприемат информация. • Приложим за почти всички видове комуникация.	• Не показва отчитането на обратна връзка. • Не показва наличието на шум в процеса на комуникация.
Концептуален модел за комуникация [14]	Б. Уестли и М. Маклийн	1957	Други	Изпращач Приемник Околна среда Обратна връзка Обществено мнение	• Отчитане на обратната връзка/отзивите от съобщението. • Отчитане на различните начини на комуникация, т.е. както междуличностната комуникация, така и масовата комуникация. • Описателност на модела. • Отчитане на двукомпонентни взаимодействия.	• Предсказуемост на модела. • Невъзможност за отчитане на многомерни комуникационни взаимодействия. • Невъзможност за приложение в по-широко контекстуални съобщения.
Комуникационен модел на конвергенция [15]	Д. Кинкейд и Е. Роджърс	1981	Други	Изразяване Тълкуване Взаимно разбиране Участници А и В	• Непрекъснатост на процеса. • Цикличност на комуникацията. • Преследване на ясна и обща цел.	• Тесен обхват на приложение. • Неотчитане на социалния контекст.
Комуникационен модел „човек – социален контекст“ [16]	О. Харжи и колектив	2004	Други	Възприятие Отговор Посредни-чество Цел Обратна връзка	• Отчитане на социален контекст. • Наличие на обратна връзка. • Цикличност на комуникацията.	• Наличие на индивидуални цели.

Без подходяща, навременна и точна информация, вземането на решения на всяко управленско ниво става трудно за мениджърите и неразбираемо за служителите, които ще го изпълняват. Без ефективна комуникация е невъзможно осъществяване на координация между отделите, екипите и групите в организацията при изпълнение на служебните им задължения. Не на последно място, комуникацията спомага за изграждане на лоялност и повишаване на мотивацията на служителите в организацията.

За поддържането на всяка една от основните бизнес дейности, организацията е необходимо да внедри модел за провеждане на бизнес комуникации, за да си гарантира ефективното движение на информация в и извън пределите на организацията. В настоящата статия бяха разгледани единадесет популярни модели за провеждане на бизнес комуникации от научната литература. Съвременните организации биха могли да прилагат някой от съществуващите модели за комуникация, комбинация от тях или да изградят свой модел за комуникация, който най-добре да пасва на организационната им култура и съществуващите канали за провеждане на вътрешна и външна комуникация.

Използвана литература:

1. Oxford English Dictionary, Oxford, 1979
2. Ласуел, Х., У. Шрам, М. Де Фльор, Д. Маккуейл, Комуникация, София, 1992
3. Pearson, J., P. Nelson, An introduction to human communication: Understanding and sharing, MA: McGraw-Hill, Boston, 2000
4. Costley, D.L., R. Todd, Human relations in organizations, West publishing company, New York, 1987
5. Schermerhorn, R. John et al, Organizational Behavior (7TH edition), USA, John Wiley&Sons, Inc., 2002
6. Aristotle, Translator W. Rhys Roberts, Rhetoric, September 18, 2010
7. Laswell, H., The structure and function of communication in society. In L. Bryson (Ed.), The communication of ideas. New York: Harper, 1948
8. Shannon, Claude E. & Warren Weaver, A Mathematical Model of Communication. Urbana, IL: University of Illinois Press, 1949
9. Berlo, D., The process of communication: An introduction to theory and practice. New York: Holt, Rinehart and Winston, 1960
10. Barnlund, Dean C., Transactional Model of Communication, in Kenneth K. Sereno and C. David Mortensen , eds., Foundations of Communication Theory, New York: Harper and Row, 1970, p. 99.
11. Becker, J., Discovering Mass Communication. Glenview, IL: Scott, Foresman, 1987
12. Schramm, W., How Communication works. In W. Schramm (Ed): The Process of Effects of Communication, Urbana, Illinois, University of Illinois Press, 1954
13. Dance, Frank E. X., Human Communication Theory: Original Essays. New York: Holt, 1967
14. Westley, Bruce H., Malcolm S. MacLean Jr., "A Conceptual Model for Communication Research," Journalism Quarterly, 34:31-38, 1957
15. Kincaid, D. L., E. M. Rogers, Communication Networks: Toward a New Paradigm for Research, Free Press, 1981
16. Hargie, O., D. Dickson, Skilled Interpersonal Communication: Research, Theory and Practice. Hove: Brunner Routledge, 2004
17. Alexieva V., Mihova T., “Survey of Job Satisfaction in High Tech Companies“, BUSINESS REVIEW, ISSN: 1537-1514, ELSEVER, 2017

18. Alexieva-Nikolova V., Mihailov M., „The corporate image in the context of competitiveness”, Scientific Research, Vol. XI, SUBS, ISSN 1311 -9193, 2017

Lozovskyi O. M.,
Ph.D., Associate Professor
Denysevych Y. S.
B.S.,student
Vinnytsia Institute of Trade and Economics KNUTE(Ukraine, Vinnytsia)

INNOVATIVE APPROACH TO STUDY OF MOTIVATION AS A PROBLEM OF MODERN MANAGEMENT

Лозовський О. М.
к.е.н., доцент
Денисевич Є. С.
бакалавр, студентка
Вінницький торговельно-економічний інститут КНТЕУ (Україна, Вінниця)

ІННОВАЦІЙНИЙ ПІДХІД ДО ВИВЧЕННЯ МОТИВАЦІЇ ЯК ПРОБЛЕМИ СУЧАСНОГО МЕНЕДЖМЕНТУ

The article substantiates the necessity of productive personnel for modern companies and discloses the importance of motivation as a condition for increasing the efficiency of labor. Particular attention is paid to highlighting the main, most commonly used judgments about ways of motivating employees and new motivation hypothesis concerning maximizing the productivity of employees is formulated.

Key words: *employee motivation, increasing staff productivity, motivational type of employee, cognitive possibilities, workingenvironment.*

У статті обґрунтовано необхідність продуктивного персоналу для сучасних компаній та розкрито значення мотивації як умови зростання ефективності праці. Особливу увагу приділено висвітленню основних, найбільш розповсюджених суджень щодо способів мотивації працівників та сформульовано нову мотиваційну гіпотезу стосовно максимізації продуктивності працівників.

Ключові слова*: мотивація персоналу, підвищення продуктивності робітників, мотиваційний тип працівника, когнітивні можливості, робоче середовище.*

Успіх будь-якої організації напряму залежить від вмотивованості її працівників, особливо це важливо в сьогоднішньому мінливому та часто хаотичному бізнес-середовищі, де питання мотивації знаходиться в пріоритеті кожного керівника. Згідно теорії «п’ятдесят на п’ятдесят» Дж. Адайра, п’ятдесят відсотків мотивації закладено в самій людині, а решта - походить від навколишнього середовища, головним чином, людей, які нас оточують [1, с. 10]. Звідси, важливе значення відіграє внутрішня мотивація, але недооцінювати зовнішню не варто, особливо топ-менеджмент та співробітників. Тому, позитивний результат діяльності компанії, дійсно, визначається тим, наскільки вміло та професійно менеджер підходить до вирішення даної проблеми.

Нещодавно статистична організація Gallup провела дослідження, у ході якого виявила: лише кожен четвертий працівник повністю згодний, що відгук керівника має вплив на його трудову діяльність та насправді допомагає працювати з вищою ефективністю [2]. Тривожним є те, що лише 21%

робітників погоджується, що менеджери керують їх діяльністю, спонукаючи викладатися «на повну», задля досягнення ними операційної стратегії підприємства. Така ситуація стала можливою з появою керівників-догматиків, що не розрізняють, які методи працюють, а які – ні, через це мотивація залишається одним з найбільш заплутаних і недооцінених аспектів менеджменту. Менеджери або здійснюють абсолютно контрпродуктивні дії, будучи осліпленими переконаннями, що руйнують мотивацію («нічого особистого, це просто бізнес», «ціль бізнесу - робити гроші», «керівники - це ті, хто володіє силою та владою», «єдине, що насправді є важливим - це результат»), або не прагнуть відкривати нове, а тим паче його застосовувати. Це пояснюється відсутністю доступу до мотиваційного статусу будь-кого іншого, окрім свого власного та, ймовірно, виправдовує, чому керівники схильні приписувати собі внутрішню мотивацію, а іншим - виключно зовнішню. Курочкін стверджує, що замінити власну мотивацію працівника іншою - нереально, тобто внутрішню мотивацію неможливо викликати зовнішньою [3, с. 17-18].

Під час проведення дослідження, опрацювавши досить великий масив інформації, було виявлено, що більшість джерел надають не зовсім актуальні тлумачення і не висвітлюють суті самого поняття мотивації. Ми відібрали наступні чотири найбільш розповсюджені міфи стосовно мотивації, які і досі залишаються стереотипами.

1. Фінанси як номер один в мотивації персоналу. Безумовно гроші є вагомим фактором, який впливає на робітника, проте не завжди він має мотиваційний відтінок. Це обґрунтовується тим, що переважна частка працівників вважає гроші єдиною причиною виконання своєї роботи, але фінансові стимули здатні вмотивувати лише на короткий строк, нівелюючи прихильність співробітників бренду компанії у довгостроковій перспективі.

2. Ви можете мотивувати кожного універсальним способом.Таке твердження є апріорі невірним, адже кожен робітник – це особистість із власними ідеалами, бажаннями, цілями та пріоритетами, тому необхідно зосередитись на виявленні цих індивідуальних характеристик та, в кінцевому рахунку, підібрати персоналізований підхід щодо його мотивації.

3.Заохочення конкуренції на робочому місці - запорука ефективної роботи.Зауважимо, щонемає нічого поганого в здоровій конкуренції, за якої в короткостроковій перспективі персонал здатний досягти значних висот. Проте, в довгостроковій - зазнає невдач, позаяк робоче середовище перетворюється на контрпродуктивне, дискомфортне місце, де заохочуються конфлікти між колегами, що як мінімум заважає компанії розвиватися.

4. Деякі працівники не потребують мотивації взагалі. Люди довго шукають своє призначення і часто знаходять його у власній професії. Думка, що мотивувати найкращих співробітників, а також тих, хто й так чудово виконує роботу є неприпустимою, так як незалежно від того, наскільки успішним є робітник, він всеодно потребує заохочення та менеджменту від лідера.

Аналіз даної інформації наводить на думку,що розповсюдженою помилкою управлінців є їх схильність покладатися на визначення мотивації як зовнішньої сили, що керує чи спонукає людей діяти, зазвичай у формі «кнута та пряника». Очевидно, що у разі призупинення використання такого способу мотивації, поведінка або дія також зупиняться. Такий підхід, на нашу думку, втрачає свої позиції у сфері бізнесу, оскільки ніяк не мотивує, а отже, і не працює.

Ми пропонуємо новий діалог, що базується на наступній парадигмі мотивації, яка менше стосується робітників, що працюють максимально ефективно, і більше відносно тих, які відчувають себе максимально продуктивно, виконуючи власну роботу. Іншими словами, чим більше задоволення отримують працівники від виконання своїх обов'язків, тим більше часу вони залишаються вмотивованими. Таким чином, коли ми відходимо від традиційного «кнута та пряника» як способу стимулювання персоналу, ми можемо задіяти новий, змістовний діалог у сфері мотивації праці. На підтвердження цього, у 2016 році Mazars провело дослідження чинників, які впливають на мотивацію персоналу, де було продемонстровано, що працівники можуть бути вмотивовані таким фактором як «персональна задоволеність від роботи» (підтвердили 67% респондентів), «чітке розмежування робочого та особистого життя» (50%), 48% позитивних відповідей було надано по критерію - «визнання та оцінювання виконаних робіт» [4, с. 8]. Серед найбільш вагомих факторів, які демотивують робітників було визначено «стиль управління» (44%) та «фінансові винагороди» (25%) (рис.1)[4, с. 10].

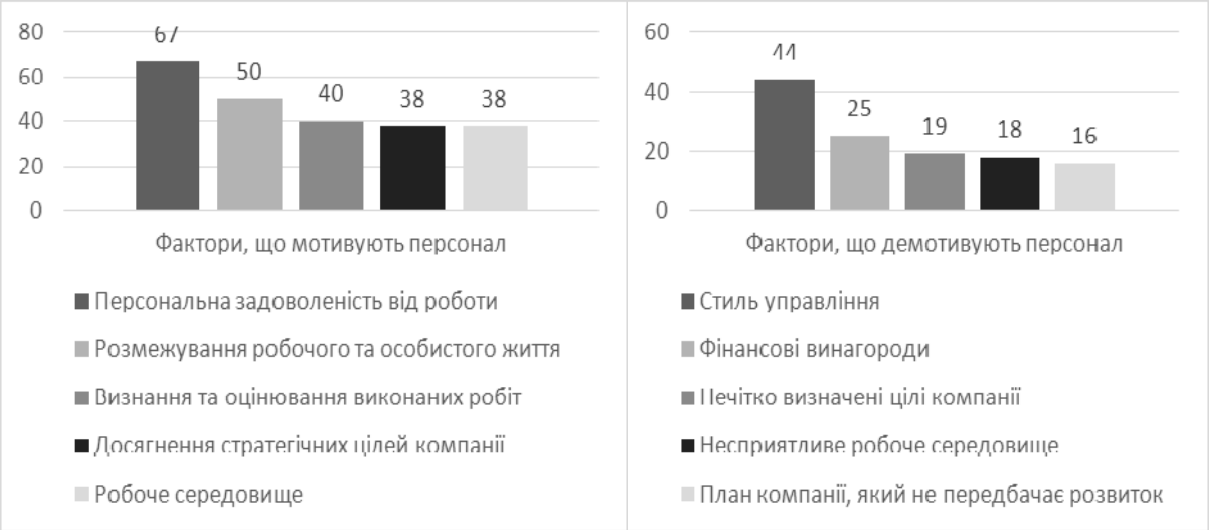


Рис. 1. Фактори, що впливають на вмотивованість персоналу

Разом з тим, необхідно відмітити, що за даними журналу Gallup Management в більшості організацій лише 29% працівників активно вмотивовані та зацікавлені у виконанні своєї роботи, а решта (71%) - навпаки. Це відбувається, тому що менеджери застосовують неефективний мотиваційний каталізатор стосовно підлеглих.Наприклад, є продуктивно мотивовані робітники, які активно виконують кожне завдання та приносять щоденні позитивні результати, генеруючи прибутковість компанії, тим не менш, існують їх повні протилежності. Звідси ми і маємо комбінацію

позитивного та негативного, тобто тих, хто є продуктивними для нас і тих, хто – контрпродуктивні. Отож, вирішуючи,у який спосіб краще зацікавити персонал, ми повинні з'ясувати: чим керується людина при виконанні того чи іншого завдання; що впливає на поведінку людини на робочому місці; чому люди роблять те, що від них вимагають, приходячи на роботу.

Коли йде мова про мотивацію персоналу, знання особистості або мотиваційного типу є недостатнім, але необхідним. Тому нагальним постає визначення ролі наявних індивідуальних відмінностей співробітників формальними термінами. Провести такий аналіз можна на основі роботи «Нейрофізіологія мотивації та організаційно-поведінкової стратегії» Філіпа Дж. Корра, в якій він зазначав наступну формулу розрахунку продуктивності вмотивованих працівників (якості та кількості виконаних ними робіт) [5, с. 85]:

$$P = MT \times E \times CA \times e \quad , \qquad (1)$$

де, P – продуктивність (кількість та якість виконаних робіт);

MT – мотиваційний тип працівника;

E - робоче середовище (ситуативні фактори, які впливають на працівника);

CA - когнітивні можливості (загальний інтелект та будь-які специфічні форми здібностей, необхідні для роботи);

e - статистична похибка.

Оскільки взаємозв'язок між мотиваційним типом, робочим середовищем та когнітивними можливостями є мультиплікативним, то зі зменшенням одного з цих компонентів знижується продуктивність (кількість та якість виконаних робіт), незалежно від значення інших. Тож, перший компонент у новій парадигмі мотивації, який вартий обговорення, - мотиваційний тип працівника. Так, успіх організації визначається максимізацією продуктивних співробітників та мінімізацією – контрпродуктивних. Розмежування робітників на такі групи пояснюється тим, що кожен співробітник є особливим і має унікальні потреби, тому не може бути мотивований в один спосіб з іншими. Звідси, для прогресивних працівників характерними є амбіційність та відповідальність. У разі наявності у вашому колективі цілеспрямованого та амбіційного колеги, посилити його ефективність можна за рахунок надання персонального проекту, за який він буде відповідальним, та навести всі переваги і перспективи, пов'язані з виконанням даної роботи. В результаті, його зацікавленість виконати роботу з максимальною продуктивністю збільшиться, так як проект – це втілення його потенціалу. Однак, якщо серед ваших підлеглих людина - контрпродуктивна, яка виконує роботу, не претендуючи на першість, вбачаючи головним завдання - уникнення неприємностей, то перед ним слід описувати проект з точки зору втрат, які може зазнати компанія, у разі нездійснення ним його безпосередніх обов'язків.

Як відомо, одна людина не може змусити іншу змінитись, тим не менш, культивування процвітаючого робочого середовища, наступного компонента нашої мотиваційної гіпотези, сприятиме внутрішній мотивації, підтримці добробуту працівників та допомагатиме їм оперативно адаптуватися до змін, а також, встановлюватиме цінний зв'язок між корпоративною культурою та власними досягненнями. Замість «трюків» зацікавлення персоналу, створіть

умови, за яких робітники самостійно зможуть знайти мотивацію - допоможіть їм бути авторами власних змін.

Таким чином, по-перше, почніть зі стійкого фундаменту –сприятливого робочого середовища, якому притаманні наступні характеристики:

- місія, цілі та цінності компанії чітко сформульовані і кожен працівник знає, яку роль він відіграє у їх досягненні;
- співробітники беруть участь у прийнятті управлінських рішень і мають можливість використовувати свої сильні сторони;
- клімат у колективі сприяє інноваціям, креативності та продуктивній роботі;
- своєчасні консультації з боку менеджерів, які надаються співробітникам для їх подальшого професійного зростання та розвитку;
- працівники забезпечуються інструментами та ресурсами, необхідними для безпечної та ефективної роботи.

До речі, аналізуючи робочий простір як мотиваційний фактор, що впливає на продуктивність персоналу, варто звернути увагу на склад команди, адже, група людей, якій комфортно працювати разом, здатна реалізувати увесь свій потенціал за рахунок максимальної активізації когнітивних здібностей мозку.

По-друге, заохочуйте та підтримуйте зміни в робочому середовищі,так як, людям не подобається бути під постійним контролем. Наведені нижче мотиваційні чинники спроможні примножити внутрішню мотивацію, зацікавленість та адаптивність працівників на робочому місці:

- автономія: здатність працівників думати і робити самостійно;
- набуття майстерності: здатність працівників використовувати можливості для навчання, розвитку, підвищення кваліфікації;
- призначення: здатність працівників усвідомлювати важливість своєї роботи, розглядаючи її такою, що має сенс і зв'язок із стратегією організації в цілому.

Гарним прикладом компанії, яка застосувала та оцінила важливість даних факторів - інтернет-магазин одягу та взуття Zappos. Підприємство підтримує і визнає нові ідеї працівників (автономія), надає їм постійні можливості для зростання та розвитку (набуття майстерності), а менеджери забезпечують прозорість мети, цілей та перспектив компанії (призначення). Створення таких умов стало великою конкурентною перевагою Zappos і, як наслідок, сьогодні дана організація входить у список «100 найкращих компаній для роботи» за версією журналу Fortune.

Останнім чинником, який впливає на мотивацію робітників працювати продуктивно, виступають когнітивні можливості, що проявляються у підтримці прогресивного мислення. В природі людини закладено звертатися до своїх інстинктів, тому намагатися зробити щось нове, без того, щоб почати думати по-новому – приречене на провал. Людська поведінка зазвичай передає те, про що ми думаємо, а отже ініціатива створення нового неможлива без зміни способу мислення**.** Організація, яка визнає важливість пізнавальних процесів, а не тільки поведінки, яка стоїть за ними, буде спроможна сприяти значимим

змінам та вдосконаленню робочого процесу. Наступні практичні способи нарощування навичок прогресивного мислення, а саме, використання пауз та відмова від перфекціонізму, допоможуть створити всі умови для використання працівниками їх внутрішньої мотивації та адаптації до змін.

Перша думка людини, зазвичай, виникає із глибоко вкоріненого поведінкового мислення, відповідно декілька секундна пауза перед вчиненням дії створює простір для кращого осмислення ситуації та прийняття більш продуманих рішень. Така методика не тільки позбавляє менеджера від тиску вирішення безлічі проблем, а й створює умови для подальшого професійного зростання працівника.

Перфекціонізм є ключовою характеристикою фіксованого мислення, що перешкоджає прогресу. Зменшення зосередженості на ідеальному результаті дозволить створити стійкість і розсудливість, що корелює з успіхом та сприяє персональному розвитку.

Отже, сьогодні мотивація працівників та їх продуктивність є основою для подальшого зростання будь-якої компанії. На сьогодні, традиційна мотиваційна тактика зосереджена на отриманні короткострокових результатів, що мають тенденцію руйнувати довгострокові перспективи, та її підходи вже не призводять до бажаних результатів. Тому, для того, щоб досягти високого показника ефективності, роботодавці повинні зрозуміти, що напряму залежать від своїх підлеглих, тобто тієї команди, яка, працюючи на високому рівні, вивела б підприємство на якісно новий етап розвитку. Таким чином, задля забезпечення такої перспективи, пріоритетом для топ-менеджменту має стати впровадження запропонованих мотиваційних орієнтирів, які дозволять суттєво покращити ефективність господарської діяльності підприємства, шляхом підвищення зацікавленості працівників у виконанні службових обов’язків.

Література:

1. Akah N. W. Employe emotivation and performance : дис. канд. ек. наук : Business Manage / Akah Ndang William – Douala-Cameroon, 2010. – 72 с.
2. How managers can excel by really coaching thei remplo yees [Електронний ресурс] // Gallup. – 2017. – Режим доступу до ресурсу: http://news.gallup.com/opinion/gallup/210989/managers-excel-really-coaching-employees.aspx?g_source=EMPLOYEE_ENGAGEMENT&g_medium=topic&g_campaign=tiles.
3. Курочкин А. С. Операционный менеджмент: Учебное пособие / А. С. Курочкин. – Киев, 2000. – 144 с. – (Межрегиональная академия управления персоналом).
4. The Mazars external employe emotivation survey [Електронний ресурс] // Mazars. – 2016. – 21 с.– Режим доступу до ресурсу: Mazars_External-Employee-Motivation%20Survey-2016.pdf.
5. Philip J. Corr. Neuroscience of motivation and organizational be havior: putting there in forcement sensitivity theory (RST) towork / Philip J. Corr, Neil McNaughton, Margaret R. Wilson. // Recent Development sin Neuroscience Researchon Human Motivation Advancesin Motivation and Achievement. – 2017. – С. 65–92.

Pilipyak O.V.
Khmetnytsky National University

APPLIED ASPECTS OF APPLICATION OF IMITATION MODELING FOR ASSESSING INVESTMENT PROJECTS BY REAL OPTION METHOD

Пилипяк О.В.
Хмельницький національний університет

ПРИКЛАДНІ АСПЕКТИ ЗАСТОСУВАННЯ ІМІТАЦІЙНОГО МОДЕЛЮВАННЯ ПРИ ОЦІНЦІ ІНВЕСТИЦІЙНИХ ПРОЕКТІВ МЕТОДОМ РЕАЛЬНИХ ОПЦІОНІВ

Annotation. *The peculiarities and problems of the application of simulation modeling in the estimation of investment projects by the method of real options in modern conditions of management are considered. The significance of the real options method for assessing the financial efficiency of projects is shown. Realistic options are a relatively recent research tool that allows you to fully consider the flexibility of a project. In the article it is shown that the method of real options can be expanded significantly in practice by the elements of other applied sciences. This, in particular, is a simulation method. Simulation is an extremely powerful research tool, the analogues of which today simply do not exist. Simulation simulations give the opportunity to study the parameters of the project, depending on the changing external and internal conditions. The article also shows the technology of conducting project evaluation using real options through simulation.*

Keywords: *investment project, financial efficiency, net present value, option, real option, flexibility, project value, true value of the project, simulation modeling.*

Анотація. *Розглянуто особливості та проблеми застосування імітаційного моделювання при оцінці інвестиційних проектів методом реальних опціонів. Показано технологію проведення оцінки проектів методом реальних опціонів через імітаційне моделювання.*

Ключові слова: *інвестиційний проект, фінансова ефективність, чиста теперішня вартість, опціон, реальний опціон, гнучкість, цінність проекту, істинна цінність проекту, імітаційне моделювання.*

Актуальність проблеми. Оцінка інвестиційних проектів на сьогодні – це один із найбільш складних та водночас – найбільш неоднозначний етап проектного менеджменту. Вся складність оцінки проекту обумовлена виключно абсолютною неможливістю врахувати усі фактори впливу на нього. Крім того, не слід забувати що левова частина цих факторів – мають якісну природу, а тому вкрай проблематичним представляється їх трансформація в кількісне поле. Неоднозначність оцінки інвестиційних проектів викликана у першу чергу суб'єктивною стороною сприйняття людини. Міра очікувань у кожного своя. Тут проблема полягає у тому, що навіть результуючі показники можна інтерпретувати по різному. Завдання ускладнюється якщо проміжні показники теж потребують подібної інтерпретації. Проблема ще ускладнюється системним впливом ризиків з одного боку та невизначеністю очікувань – з іншого.

Метод реальних опціонів – це порівняно новий підхід для оцінки потенційних можливостей фізичних активів. Безсумнівно, що методологія даного методу недосконала і в жодному разі не може представлятися вільною від низки критичних зауважень. Але й не можна погодитися з рядом авторів, які відзиваються про даний метод як своєрідний ефемерний підхід. Так, він має

деякі ознаки “відривання від реальності”, але потужних альтернатив в дійсності немає. На погляд автора вдосконалювати можна технічний бік методу, тоді як концептуально – він абсолютно логічний та виважений.

Актуальність застосування методу реальних опціонів при оцінці інвестиційних проектів й загалом інвестицій, на думку автора, криється у сфері невідповідності отриманих результатів та очікуваних результатів. Іншими словами можна вести мову про вплив загальновідомого фактору ризику. Саме фактор ризику – формує конфігурацію левової частини усіх інвестиційних процесів і нарівні із фактором доходу – є підґрунтям економічної реальності сучасності, адже ризики – це об’єктивна реальність, позбутися якої неможливо. Ризики супроводжують інвестиційний проект з моменту його ідентифікації і завершуючи припиненням.

Аналіз останніх досліджень і публікацій. В галузі реальних опціонів основні дослідження зроблено західними вченими: С.Маргліном, Л.Макмілланом, М.Шоулзом, Л.Тригержисом, Д.Муном В прикладній частині моделювання реальних опціонів для дослідження фінансової, економічної, соціальної складової інвестиційних проектів – представляється відсутність майже будь-яких напрацювань.

Постановка завдання. Метою даної статті є поєднати потужний апарат моделювання та концептуальний підхід методу реальних опціонів для дослідження ефективності інвестиційних проектів. Іншими словами мета статті – дослідити ефективність інвестиційних проектів застосовуючи імітаційне моделювання реальних опціонів проектів. Мова буде йти у першу чергу про фінансову ефективність; хоча деякі аспекти економічної ефективності також будуть задіяні.

Для досягнення поставленої мети було сформовано методологічну програму в основу якої покладено метод аналізу проектів реальними опціонами. Паралельно застосовується метод моделювання, зокрема імітаційного моделювання. Зрозуміло що метод моделювання виступає допоміжним по відношенню до базового методу реальних опціонів проекту. Саме поєднання цих двох методів дає можливість ґрунтовно оцінити ефективність проекту із врахуванням його додаткових можливостей.

Результати дослідження. Слід зауважити, що метод реальних опціонів не може вважатися повноцінною заміною традиційним динамічним методам фінансової оцінки інвестиційних проектів. З точки зору більшості дослідників метод реальних опціонів – це доповнення до NPV, IRR, DPP. З погляду автора – це не зовсім раціональний підхід, адже будь-який проект містить реальні опціони. Інша справа, що їхній фінансовий еквівалент може виявитися вкрай незначним, але все ж таки він має бути взятий до уваги.

Гнучкість – як основна перевага методу реальних опціонів не є такою характеристикою, яка не притаманна іншим аналітичним методам. Концепція дисконтування дає доволі широкі можливості варіювати та коригувати масив даних в залежності від поставлених цілей. Цінність проекту доволі просто збільшити або зменшити враховуючи вужче або ширше коло параметрів.

Але, надзвичайно важливим є те, що сама методологія дисконтування не здатна повноцінно забезпечити врахування альтернативності вибору. Навіть коли для кожного періоду визначаються ймовірності надходження готівки в залежності від можливих сценаріїв, розглядається тільки деякий середньостатистичний рівень надходження готівки. Але ж в дійсності керівництво проектом може приймати рішення по ходу впровадження проекту. Виникає закономірне питання: як врахувати ці гіпотетичні проектні рішення? Метод реальних опціонів безпосередньо враховує альтернативність вибору і ґрунтується на простій передумові – гнучкість – це актив, який має свою вартість. Інше питання – що чим вища гнучкість – тим вища цінність, яка в реальності не буде отримана, оскільки усі сценарії гнучкості не можуть бути реалізованими одночасно. Це надзвичайно важливий концептуальний висновок, оскільки на практиці реалізується один із можливих сценаріїв, і так чином відкидаються усі інші.

Таким чином, виходячи з вищенаведеного, фінансова оцінка інвестиційних проектів методом реальних опціонів ґрунтується на передумові, що практично будь-яка можливість може розглядатися як реальний опціон – бізнес має право, а не обов'язок реалізувати або придбати матеріальні активи впродовж деякого часу. Зрозуміло що при цьому таке право має свою цінність, яка насамперед, залежить від невизначеності зовнішнього середовища. Якщо теоретично припустити, що невизначеність зовнішнього середовища відсутня, тобто має місце його повна визначеність, то сам метод реальних опціонів на перший погляд втрачає свій зміст. Але це не так. Відсутність ризиків не завжди призводить до звуження можливостей. Швидше – навіть навпаки: чим вища визначеність середовища – тим більше можливостей має бізнес. Ефект фінансового важеля тут не спрацьовує.

Термінологію реальних опціонів розробив Стефен Марглін. Ще у 1970р. поняття реальних опціонів він описав таким чином: "Коли приватні інвестори мають монопольну владу в деякому інвестиційному секторі, право здійснювати проект стає економічним об'єктом, який має визначену цінність, незалежно від самого процесу інвестування. В принципі немає перешкод для того, щоб це право було придбано або продано…" [7].

В економічній літературі поширена думка, що не варто використовувати досить трудомісткий метод реальних опціонів для відносно неризикових проектів із високим значенням чистої теперішньої вартості. З погляду автора, метод реальних опціонів слід застосовувати у всіх випадках, крім одного – інвестиційний проект не має альтернатив і є фінансово стійким за критерієм NPV.

Загалом до базових реальних опціонів відносять опціон на скорочення та опціон на розвиток. Як вже було зазначено вище, реальні опціони – це по-суті можливості. Може виникнути закономірне питання: узгоджується опціон на скорочення із можливостями для бізнесу? На це питання не можна дати однозначної відповіді, але очевидним представляється твердження, що згортання діяльності у разі потреби або навіть повне припинення діяльності – це негативні наслідки попередніх рішень, але можливості. Якщо за потреби

згортання діяльності є можливість згорнути діяльність, то це, безумовно позитивніше, ніж такої можливості не мати.

Вельми цікавим на практиці та в теорії представляється комплексний опціон, який містить у собі більше однієї можливості змін. Наприклад при зростаючому попиті на продукт проекту керівництво може прийняти рішення про нарощування масштабів проекту, а при знижуючому – має опціон на вихід.

Для оцінки реальних опціонів в інвестиційній теорії та проектній практиці переважно застосовують термін “вартість”. Такий підхід не можна вважати коректним. Наявність реального опціону в проекті безпосередньо не вплине на його вартість. Точно так же як і наявність в проекті “резервів гнучкості” не вплине на його вартість. Тому з точки зору автору значно доцільніше вести мову про цінність реального опціону.

Дана стаття присвячена не абстрактній оцінці інвестиційних проектів методом реальних опціонів, а застосування надзвичайно потужного допоміжного інструментарію для такої оцінки – так званої імітації.

В цілому застосування імітації дозволяє зробити висновки щодо можливих результатів, які ґрунтуються на ймовірнісних розподілах випадкових величин. Подібне стохастичну імітацію часто називають методом Монте-Карло.

В імітаційному моделюванні реальних опціонів проектів, на погляд автора, можна виділити два значні етапи: створення моделі і аналізу проектів. Але в дійсності, незважаючи на алгоритмічну простоту побудова імітаційної моделі вимагає кропіткої роботи. Розглянемо основні кроки застосування методу імітаційного моделювання для оцінки інвестиційних проектів методом реальних опціонів [7].

Крок 1. Визначаються усі показники, які здійснюють вплив на цінність реального опціону проекту. Показники які мають достатньо високий кореляційний зв'язок бажано виключати з переліку.

Такі показники, з точки зору автора, можна поділити на три групи: 1) показники, які формують інвестиційні та поточні витрати за проектом; 2) показники які формують надходження за проектом; 3) усі інші показники (безризикова ставка доходності, час завершення опціону, рівень ризику проекту). Оскільки, зазвичай, витрати та надходження за проектом підлягають процедурі дисконтування, то, відповідно, з’являється ще такий показник як ставка дисконтування (рис.1).

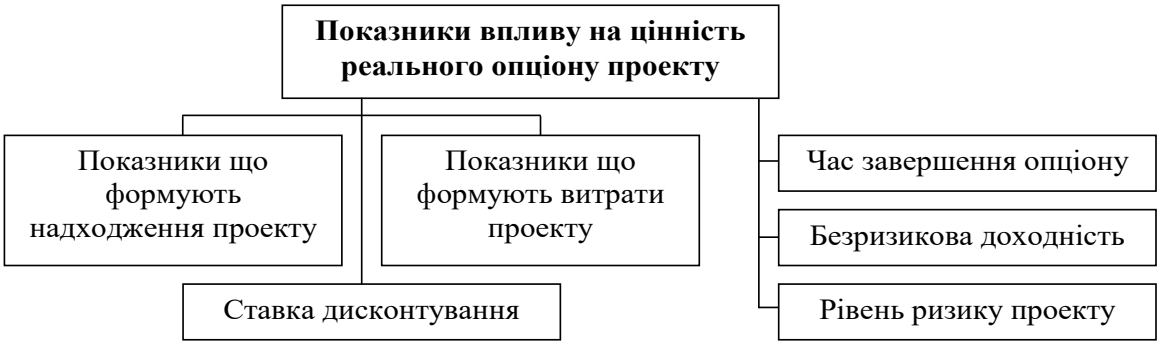


Рис. 1. Показники впливу на цінність реального опціону проекту

Крок 2. За допомогою спеціальних методів початковий набір факторних показників звужується: залишаються тільки найбільш значущі. Але за бажання можна послідовно змоделювати вплив кожного факторного показника ізольовано.

Крок 3. Встановлюється форма взаємозв'язку між факторними показниками та цінністю реального опціону проекту у вигляді математичного рівняння або системи рівнянь.

Крок 4. Задаються закони розподілу ймовірностей факторних показників моделі. Припускається, що кожен факторний показник є випадковою величиною і для можливих значень цих випадкових величин, які теж визначаються, з'ясовуються ймовірності, тобто задається закон розподілу.

Завдання закону розподілу випадкових величин обов'язково передбачає з'ясування різновиду розподілу. Як показує досвід, оптимально коли закон розподілу є нормальним.

Крок 5. Здійснюється генерація випадкових сценаріїв, що ґрунтується на системі прийнятих гіпотез щодо законів розподілу ймовірностей незалежних показників. Сама генерація здійснюється з метою отримання додаткових значень незалежних показників в межах їх попередньо встановлених законів розподілу. Це здійснюється з метою розширення початкової вибірки до меж репрезентативності: більша вибірка – краща репрезентативність – більше можливостей для подальшого моделювання.

У переважній більшості випадків цілком достатньо 200-500 значень. Саме генерування здійснюється, переважно, методом Монте-Карло, який в сучасних умовах реалізується виключно за допомогою ЄОМ.

Якщо застосовується більш спрощений підхід, за якого цінність реального опціону проекту розглядається без факторних, то у цьому випадку на основі попередньо здійсненого статистичного аналізу генеруються значення саме цінності реального опціону.

Крок 6. На основі початкових та генерованих значень факторних ознак здійснюється процедура імітаційного моделювання, тобто визначення значень цінності реального опціону проекту при різних значеннях факторних показників. Після чого на основі отриманих в результаті імітації даних розраховуються критерії, які кількісно характеризують ризик, насамперед, це: дисперсія, середнє квадратичне відхилення, квадратичний коефіцієнт варіації, квадратичний рівень варіації, довірчі межі середнього значення.

З точки зору автора, при здійсненні процедури імітаційного моделювання вельми доцільно додатково застосовувати потужний апарат теорії ймовірностей. Так, наприклад, якщо моделюється вплив терміну настання опціону, то доцільно визначати не один, а декілька ймовірних періодів опціону. Якщо наприклад припускається, що через три роки попит на проектну продукції може знизитися, то правомірним є питання: чи є ймовірним зниження попиту раніше або, навпаки, пізніше в межах життєвого циклу проекту.

Висновки та перспективи подальших досліджень. Безумовно, що прикладні аспекти оцінки інвестиційних проектів методом реальних опціонів – вельми і вельми багатогранні, і імітаційне моделювання – це тільки одна із

таких численних граней. Так практично поза увагою залишилася проблеми відбору факторів для подальшого дослідження, оцінки надійності отриманих результатів тощо. Складність полягає й тому, що на сьогодні не має однозначності у тлумаченні ефективності проекту, а реальні опціони – досить новітня і ще мало досліджена ланка діяльності. З іншого боку, є фундаментальна теорія, яка доволі часто не "стикується" із практикою. Аналітикам, які власне і оцінюють інвестиційні проекти дана стаття стане у нагоді, оскільки без зайвих теоретичних викладок показує процедуру оцінки, застосовуючи потужні апарати опціонів та імітаційного моделювання.

Література:

1. Бухвалов А.В. Реальные опционы в менеджменте: введение в проблему // Российский журнал менеджмента, №1, 2004.-С. 3-32.
2. Кризис проекта: анализ ошибок и варианты выхода с минимальными потерями /Дэвид Никсон. – М.: Эксмо, 2009. – 256 с.
3. Макмиллан Л.Г. Опционы как стратегическое инвестирование / Пер. с англ. М.: Евро, 2003. –1225 с.
4. Buhvalov A.V. Real'nye opciony v menedzhmente: vvedenie v problemu // Rossijskij zhurnal menedzhmenta, №1, 2004.-S. 3-32.
5. Krizis proekta: analiz oshibok i varianty vyhoda s minimal'nymi poteryami /Dehvid Nikson. – M.: EHksmo, 2009. – 256 s.
6. Makmillan L.G. Opciony kak strategicheskoe investirovanie / Per. s angl. M.: Evro, 2003. – 1225 s.

Shapa N.N.,
Ph.D., Associate Professor,
Chutchev A.D.
Student
Pridniprovs'k State Academy of Civil Engineering and Architecture, Ukraine

TO THE ISSUE OF PERSONNEL MOTIVATION AT UKRAINIAN ENTERPRISES

Шапа Н.Н.
к.э.н., доцент кафедры менеджмента, управления проектами и логистики
Чутчев А.Д.
студент
Приднепровская академия строительства и архитектуры, Украина

К ВОПРОСУ МОТИВАЦИИ ПЕРСОНАЛА НА ПРЕДПРИЯТИЯХ УКРАИНЫ

Motivation factors of the personnel of the Ukrainian companies are analyzed, the foreign experience of motivation and work stimulation is considered in the article. The ways of forming highly motivated personnel at Ukrainian enterprises are proposed.

Keywords: *motivation, personnel, Ukrainian enterprises*

В статье анализируются факторы мотивации персонала украинских компаний, рассматривается зарубежный опыт мотивации и стимулирования труда. Предлагаются пути формирования высокомотивированного персонала на предприятиях Украины.

Ключевые слова: *мотивация, персонал, предприятия Украины*

Мотивация персонала является наиболее действенным инструментом управления, позволяющим активизировать работу сотрудников и повышать эффективность деятельности предприятия в целом. В связи с этим, в науке менеджмент выполнению функции мотивирования уделяется большое значение.

Однако, как показывает практика управления отечественными предприятиями, работа по мотивированию персонала является слабым звеном в системе управления персоналом, в связи, с чем многие крупные компании обращаются в специализированные консалтинговые и образовательные компании для выполнения этой работы. Например, по заявлению одной из таких компаний - Deeptan consulting [1], была оказана помощь по вопросам мотивации персонала таким отечественным компаниям, как: Клининг Плюс (создана системы мотивации изменений), РДК Групп (разработана система мотивации персонала), Diamond NV (сформирована система мотивации).

Проблема мотивации работников на предприятиях Украины обрела очень большое значение, ведь только созданная мотивационная основа, способна побуждать работников предприятия к эффективной деятельности. Решению этой проблемы посвящены многочисленные научные труды, среди которых следует выделить таких отечественных ученых как: А.М. Колот, Г.А. Дмитренко, О. В. Крушельницька, Д. П. Мельничук, В. П. Сладкевич, А.В.Козаченко и многие другие.

Однако на сегодняшний день не в полной мере выявлены факторы мотивации труда и определены пути обеспечения высокомотивированного персонала на предприятиях Украины. Данному вопросу посвящена наша статья.

Многие научные теории мотивации основываются на выявлении активных потребностей, которые побуждают людей к действию. В связи с чем, руководителям (hr-менеджерам) предлагается тщательно анализировать мотивы работников и наблюдать за их поведением, чтобы определить, какие активные потребности движут сотрудниками компании и подбирать наиболее действенные способы их удовлетворения. Помочь этому могут опросы.

Один из таких опросов был проведен исследовательским центром Международного кадрового портала hh.ua. В опросе приняли участие 1464 респондента из разных регионов Украины.

Согласно этому опросу, в современных условиях для большинства сотрудников отечественных компаний важность имеют материальные стимулы (повышение зарплаты, бонусы и премии), кроме этого, большую роль играет интерес к выполняемой работе и возможность карьерного роста. Не маловажное значение имеет хорошая команда, признание со стороны коллег и руководства, а также готовность начальства с пониманием относиться к сотруднику. Среди других мотивирующих факторов были названы чувство ответственности, возможность заниматься любимым делом и страх остаться без работы [2].

Руководители некоторых предприятий, зная о данных потребностях сотрудников, применяют материальные стимулы труда (премии и бонусы, пересмотр заработных плат), внедряют внутренние корпоративные программы

обучения, гибкий график работы, проводят корпоративные мероприятия и прочее. Однако, как показал опрос, почти треть компаний в Украине вообще не внедряют программы мотивации персонала!

Таблица 1

Модели мотивации в разных странах мира

Страна	Основные факторы мотивации труда	Отличительные особенности мотивации
Япония	Профессиональное мастерство. Стаж работы в компании. Результативность труда.	Система пожизненного найма (гарантия стабильного дохода). Синтезированная система заработной платы. Единовременное пособие при выходе на пенсию.
США	Поощрение предпринимательской активности. Качество работы. Высокая квалификация.	Оплата труда, сочетающая элементы сдельной и повременной систем, а также технологические надбавки, премии за безаварийную работу, длительную эксплуатацию оборудования и инструмента. Соблюдение технологической дисциплины. Участие в прибыли. Система двойных ставок.
Франция	Квалификация работника. Качество работы. Количество рационализаторских предложений. Уровень мобильности работника.	Индексация заработной платы в зависимости от стоимости жизни и индивидуализация оплаты труда. Балльная оценка труда работника по профессиональному мастерству, производительности труда, качеству работы, соблюдению правил техники безопасности, этике производства, инициативности. Дополнительные вознаграждения (воспитание детей, предоставление автомобиля, обеспечение по старости)
Велико-британия	Доход (работа в компании с высоким уровнем дохода)	Участие в прибыли. Долевое участие в капитале. Трудовое долевое участие. Чисто трудовое участие.
Германия	Качество работы. Социальная справедливость и солидарность.	Стимулирование труда. Социальные гарантии.
Швеция	Сильная социальная политика, направленная на выравнивание дохода у разных слоев населения и повышения уровня квалификации	Солидарная заработная плата (принцип равной оплаты за равный труд). Дифференциация системы налогов и льгот. Социальные гарантии.
Украина*	Деньги (повышение заработной платы). Интерес к работе. Карьерный рост. Хорошая команда, понимание коллег. Признание со стороны коллег и руководства.	Премии, бонусы (стремление связать материальное вознаграждение с реальными заслугами работника). Пересмотр заработных плат. Внутренние корпоративные программы обучения. Гибкий график работы. Медицинское страхование.

** по данным опроса пользователей сайта hh.ua [2]*

В результате, по данным государственного комитета статистики Украины, эффективность работников отечественных предприятий низкая (особенно по сравнению с высокоразвитыми странами), имеет место текучесть

кадров, а темпы роста заработной платы превышают темпы роста производительности труда [3].

На наш взгляд, программы мотивации сотрудников должны быть внедрены на каждом без исключения отечественном предприятии. Цель такой программы - удовлетворение потребности сотрудников посредством таких активирующих механизмов, которые способствует достижению общей цели предприятия.

Следует при этом иметь в виду, что со временем потребности персонала могут изменяться, поэтому нельзя рассчитывать, что мотивация, которая сработала один раз, будет эффективно работать всегда. В связи с этим данная программа должна обновляться.

Построить действенную систему мотивации персонала отечественных предприятий можно, опираясь на мировой опыт. В статье А.В. Козаченко [4] проанализированы особенности формирования зарубежных систем мотивации. Внесем некоторые уточнения и дополним этот обзор для Украины (таблица 1).

Таким образом, для формирования высокомотивированного персонала на предприятиях Украины, по-нашему мнению, необходимо:

1) Обеспечить работников достойной заработной платой. Не секрет, что чем сложнее экономические условия тем, приоритетней материальные стимулы. В настоящее время 70% работников стремятся получить от своей работы именно финансовое благополучие [2]. Руководство отечественных предприятий должно понимать, что при отсутствии возможности в полной мере удовлетворять материальные потребности сотрудников рассчитывать на удержание высококвалифицированных кадров затруднительно, поэтому экономить на персонале бесперспективно.

2) Предоставить возможность безопасного рабочего места и комфортных условий труда. Многие сотрудники по достоинству оценят удобные и безопасные условия на работе. Так как, за последнее время участились случаи производственного травматизма и болезней из-за не соблюдения санитарно-гигиенических норм труда.

3) Делать акцент на карьерный и личностный рост. Согласно опросу [2] для 40 % офисных сотрудников важным условием работы в компании являются интересные задачи и возможность продвижения по службе.

4) Объединить трудовой коллектив, создавая сплоченные команды. Это даст возможность сотрудникам предприятия эффективно взаимодействовать, обмениваться информацией и создаст более приятную атмосферу на рабочем месте.

5) Поощрять успехи работников и не пренебрегать публичной благодарностью. Эффективным способом мотивации является общественное признание. Работодателю следует продумать, какими методами и средствами поощрения можно удержать того или иного сотрудника.

Данные рекомендации способствуют пересмотру роли и значению персонала в управленческих моделях. В современных условиях, для того чтобы процветало предприятие, необходимо, чтобы процветал и коллектив этого предприятия. Приняв это положение, собственники и менеджеры предприятия

убедятся воочию, что процветающий коллектив, приносит им самим неисчислимые блага, а старая модель закручивания гаек в последние времена вела их бизнес только к большей тяжести выживания и деградации.

Перспектива дальнейшего исследования по обозначенной проблематике видится нами в разработке модели мотивации персонала отечественных предприятий на платформе вышеизложенных идей.

Литература:

1. Специализированая консалтинговая и образовательная компания [Электронный ресурс] // Режим доступа: http://deeptan.com.ua/personal_motivation/;
2. Данные опроса пользователей сайта hh.ua (работников предприятий Украины) [Электронный ресурс] // Режим доступа: https://hh.ua/article/18318
3. Официальный сайт Государственного комитета статистики Украины [Електронный ресурс]. – Режим доступа: http://www.ukrstat.gov.ua.
4. Козаченко А.В. Зарубежный опыт мотивации труда [Электронный ресурс] // Режим доступа к ресурсу: http://www.management.com.ua/hrm/hrm216.html

14. MARKETING

Boz H.,
student (master)
Karapuzova D.
student (master)
Odessa National Academy of Telecommunications A.S Popova

IMPACT OF IMAGE ON COMPETITIVENESS OF HIGHER EDUCATION

Боз Г.В.
магістрант
Карапузова Д.І.
магістрант
Одеська національна академія зв'язку ім. О.С. Попова

ВПЛИВ ІМІДЖУ НА КОНКУРЕНТОСПРОМОЖНІСТЬ ЗАКЛАДУ ВИЩОЇ ОСВІТИ

In this paper the theoretical and practical aspects of image formation, as well as the essence of the image and its influence on the competitiveness of higher education institution are considered.
Key words: *image, competitiveness, institution of higher education.*

У даній роботі розглянуто теоретичні та практичні аспекти формування іміджу, а також сутність іміджу та його вплив на конкурентоспроможність закладу вищої освіти.
Ключові слова: *імідж, конкурентоспроможність, заклад вищої освіти.*

Актуальність теми. Удосконалення сфери освіти сьогодні впливає не тільки на розвиток цієї сфери, а й на застосування закладами вищої освіти нових стратегій їх розвитку.

Діяльність закладу вищої освіти повинна бути направлена на підвищення рівня освіти, поліпшення наукової бази закладу, розширенню інфраструктури. У цьому допомогу навчальному закладу надає його імідж, який формується тривалий час і покращує заклад у всіх його аспектах. Проте формування іміджу навчального закладу є доволі непростим процесом діяльності. Це явище складне й дуже неоднозначне, воно представляє собою незвично цікавий матеріал для наукового дослідження, що є результатом недостатнього вивчення.

Проблеми іміджу досліджувалися зарубіжними науковцями – Л. Браум, П. Берд, вітчизняними дослідниками – А. Панасюк, А. Пелих, Т. Кизилова, в останні роки увага дослідників звернута до питань іміджу в педагогіці – М. Борисенко, М. Голота, М. Казакова, Л. Карамушка, М. Левіт, О. Павленко, В. Шепель, І. Гофман. З'явилися роботи, які показують формування іміджу освіти та освітніх послуг – Н. А. Кадочніков, Є. Б. Карпов [1].

Метою роботи є дослідження впливу іміджу на конкурентоспроможність закладу вищої освіти.

Результати дослідження. Уперше поняття «імідж» було використано в рекламній практиці в Америці в 50-х роках. У науковий оббіг поняття «імідж» було введено лише на початку 60-х років XX століття К. Болдінгом. Трохи пізніше імідж стає основним елементом теорії і практики. На Україні дослідження іміджу почалося з початку 90-х років XX століття, коли з'явилися

перші теоретичні роботи, виконані на базі соціального підходу, психології соціального пізнання і психології спілкування [2].

Сьогодні поняття «імідж» широко використовується у самих різних галузях знання. Розглядаючи існуючі версії поняття «імідж», можна зробити висновок, що імідж – характеристика об'єкта, яка допомагає визначити якість, значимість, привабливість, економічну ефективність, що належить даному об'єкту.

Жодна організація не може існувати без такої складової як імідж, що направляє свої дії на формування сприятливого образу в умовах ринкової економіки для встановлення відносин з громадськістю. Заклади вищої освіти сьогодні не тільки пов'язані із суспільством, а й безпосередньо впливають на розвиток і стан. С. Тангян вважає, що педагогічний і економічний аспекти в діяльності освітнього закладу в сучасних умовах не виключають, а доповнюють один одного. Загострення конкуренції на ринку освітніх послуг стало передумовою для формування поняття імідж закладу вищої освіти [3].

Наразі імідж освітньої установи формується не для вигоди отримання прибутку, а для взаємного розуміння та взаємодії в розвитку освіти й суспільства в цілому. Поняття «імідж закладу вищої освіти» з'явилося недавно, в середині 90-х рр. XX ст., коли стало ясно, що освіта є послугою, яка повинна задовольняти потреби суспільства поряд із багатьма іншими [2].

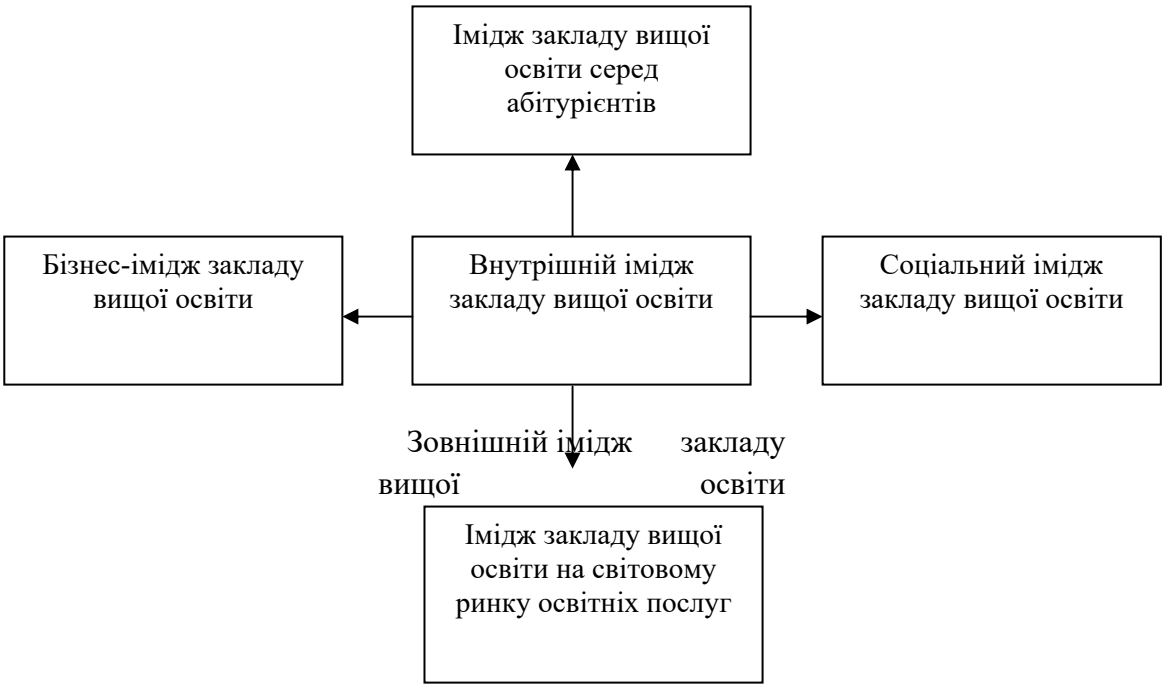


Рис. 1. Структура іміджу закладу вищої освіти

Ефективний імідж закладу вищої освіти – це імідж, у якому набір позитивних характеристик про заклад вищої освіти, що сприяє досягненню основних цілей закладу вищої освіти, створює зв'язок між цілісним образом і PR –об'єктом, формує символічний капітал. Ефективний імідж підвищує конкурентоспроможність на ринку освітніх послуг. Він закликає абітурієнтів та професорсь-викладацький склад, підвищує рівень викладання і відповідно

зростає рівень випускників. Це відкриває доступ організації до різних ресурсів: фінансових, інформаційних, людських, матеріальних.

При формуванні ефективного іміджу, необхідно чітко знати, у якому напрямі працювати. У цьому випадку, необхідно зрозуміти, з яких елементів складається імідж закладу вищої освіти (рис. 1).

Формування позитивного іміджу навчальної установи та його розвиток впливає не тільки на підвищення конкурентоспроможності, але і в цілому визначає рівень розвитку освіти в країні, що в значній мірі впливає на іміджі освіти. На разі йде суперництво, де навчальні заклади вдаються до різних форм конкуренції, серед яких значна роль відводиться іміджу [2].

Таким чином, імідж освітньої установи – не тільки засіб, інструмент управління, а й об'єкт управління, що супроводжується цілеспрямованою інформаційною роботою,що орієнтована на цільові групи населення. Тобто людей всередині організації та поза нею, з якими організація, так чи інакше, взаємодіє.

Поняття іміджу закладу вищої освіти включає дві складові [4] (рис. 2):

- інформаційну, яка представляє собою образ закладу, який бачить населення;
- оціночну, яка показує якісну оцінку населенням діяльності закладу вищої освіти.

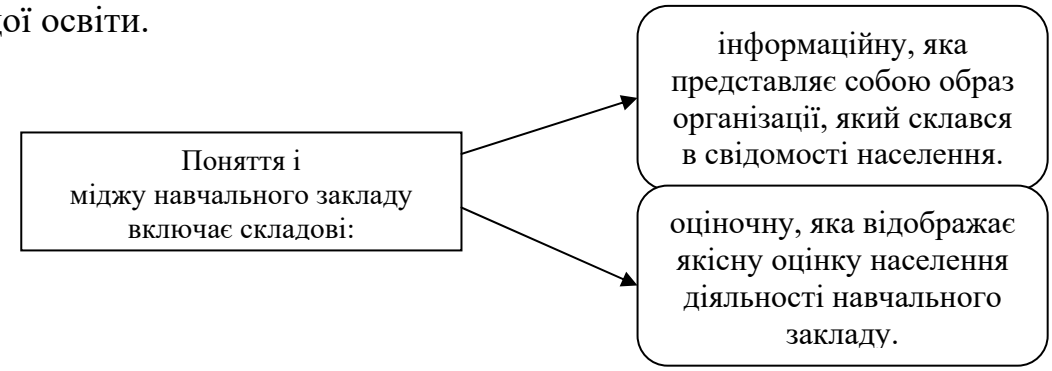


Рис. 2. Складові іміджу закладу вищої освіти

Одним із засобів залучення уваги до закладу вищої освіти є процес створення його позитивного іміджу. Позитивний імідж є також важливим чинником високого рейтингу на ринку освітніх послуг України.

Оцінити імідж закладу вищої освіти можливо за допомогою наступних методів:

– оцінювання показника споживчої якості;
– оцінювання цінової конкурентоспроможності закладу вищої освіти;
– оцінювання якості додаткових послуг;
– кількісні методи оцінки закладу вищої освіти;
– якісні методи оцінки закладу вищої освіти.

Кількісні у свою чергу поділяються на:

– метод оцінки за допомогою семантичного диференціалу;
– метод оцінки за допомогою розрахунку інтегральних показників.

Якісні ж в свою чергу поділяються на:

– метод соціологічних опитувань;

– фокус-групи по окремим групам контактних аудиторій;
– індивідуальні або структуровані інтерв'ю;
– експертні методи (рейтинговий та рекомендаційний).

У кожного методу є свої недоліки та переваги. Кожен характеризує навчальний заклад з якоїсь певної сторони і розкриває її найбільш яскраво. На нашу думку найбільш привабливим є метод оцінки за допомогою розрахунку інтегральних показників, тому що він містить універсальні методики для оцінки іміджу закладу вищої освіти будь-якої сфери діяльності, розміру закладу, стадії його життєвого циклу; за результатами оцінки робиться висновок про те, які конкретно сфери діяльності закладу вищої освіти потребують удосконалення.

Спробуємо визначити як імідж впливає на конкурентоспроможність закладу вищої освіти, а саме:

– зростає кількість зацікавлених абітурієнтів;
– заклад стає відомим за межами країни;
– його педагогічний склад оновлюється й розвивається;
– матеріальна база стає більш широкою;
– заклад приймає участь у благодійних заходах, що також підвищує його статус та конкурентоспроможність.

З проведеного дослідження спробуємо запропонувати заходи щодо удосконалення загального іміджу закладу вищої освіти у розрізі основних складових:

- співпраця з іноземними закладами вищої освіти;
- проведення бізнес-конференцій з іноземними викладачами та науковцями;
- проведення піар-компанії за межами країни;
- оновлення педагогічного складу іноземними викладачами;
- розширена благодійність за участю студентів;
- проведення культурних заходів для розширення кругозору студентів.

Створення ефективного іміджу і високої репутації закладу є складним і тривалим процесом. Серед головних причин, що впливають на готовність навчального закладу витрачати тимчасові, людські і фінансові ресурси на формування іміджу потреба відрізнятися серед інших закладів, завоювати популярність, набути репутації і високого статусу, забезпечити привабливість для споживачів освітніх послуг і, врешті, створити умови для залучення фінансових коштів для свого розвитку на ринку надання освітніх, наукових та дослідницьких послуг[5].

Імідж повинен відповідати реально існуючому образу закладу і бути направленим конкретній групі споживачів, при цьому залишаючись пластичним і динамічним, оскільки імідж – жива система.

Висновки. Провівши дослідження, ми можемо зробити висновок, що вплив іміджу на конкурентоспроможність закладу вищої освіти є надзвичайним. Тому що, формування ефективного іміджу закладу вищої освіти впливає не тільки на посилення позицій на ринку освітніх послуг, але й у

цілому дозволяє свідчити про рівень розвитку освіти в країні та піднімає можливості й створює привабливість закладу для громадськості.

Література:

1. Зайцева С. Особливості формування іміджу ВНЗ як науково-теоретична проблема соціальних комунікацій / С. Зайцева // Прикладні комунікаційні технології у системі соціальної діяльності. – 2015. – С. 142–147.
2. Проценко І. І. Імідж вузу як складова системи освіти / І.І. Проценко // Педагогічні науки: теорія, історія, інноваційні технології. – 2015. – № 9.
3. Тангян С. А. Вища освіта і світ праці / С.А. Тангян // Педагогіка. – 2004. – № 9. – С. 3–12.
4. Арбузова Ю.В. Формування позитивного іміджу навчального закладу / Ю.В. Арбузова, Н.В. Ротань [Електронний ресурс] // Інформаційні технології в науці та виробництві. – 2014. – Вип. 2 (7). – С. 273-280. – Режим доступу : http://sbornik.college.ks.ua/downloads/sbornik2_7/pdf/29.pdf.
5. Москаль Ю. Економіко-психологічні аспекти формування позитивного іміджу економічного університету в регіоні / Ю. Москаль // Психологія і суспільство. – 2013. – № 3. – С. 116-125.

Garipova L.V.,
Cand.Econ.Sci., Associate Professor
Bratishko N. P.
Cand.Econ.Sci.
Bashkir Institute of Technologies and Management (branch) of Moscow State University of Technologies and Management named after K. G. Razumovsky (First Cossack University)

FACTORS OF FORMATION OF COMPETITIVE ENVIRONMENT OF REGIONAL BRANCH MARKETS

Гарипова Л. В.
к.э.н., доцент
Братишко Н. П.
к.э.н.
Башкирский институт технологий и управления (филиал) Московского государственного университета технологий и управления им. К. Г. Разумовского (ПКУ)

ФАКТОРЫ ФОРМИРОВАНИЯ КОНКУРЕНТНОЙ СРЕДЫ РЕГИОНАЛЬНЫХ ОТРАСЛЕВЫХ РЫНКОВ

In the article the factors of formation of the competitive environment on the example of meat industry in the region are given.

Keywords: *competitive environment, competition, competitive strategy, regional market.*

Наличие конкурентной среды в отрасли региона является предпосылкой выгодного использования ресурсов общества, создания национального богатства при возможно низких издержках производства, а ее мониторинг относится к числу стратегических задач развития экономики промышленности, особенно в социально значимых отраслях. К их числу может быть отнесена мясная отрасль Республики Башкортостан, в состав которой входят производственные и перерабатывающие предприятия мясной промышленности Республики.

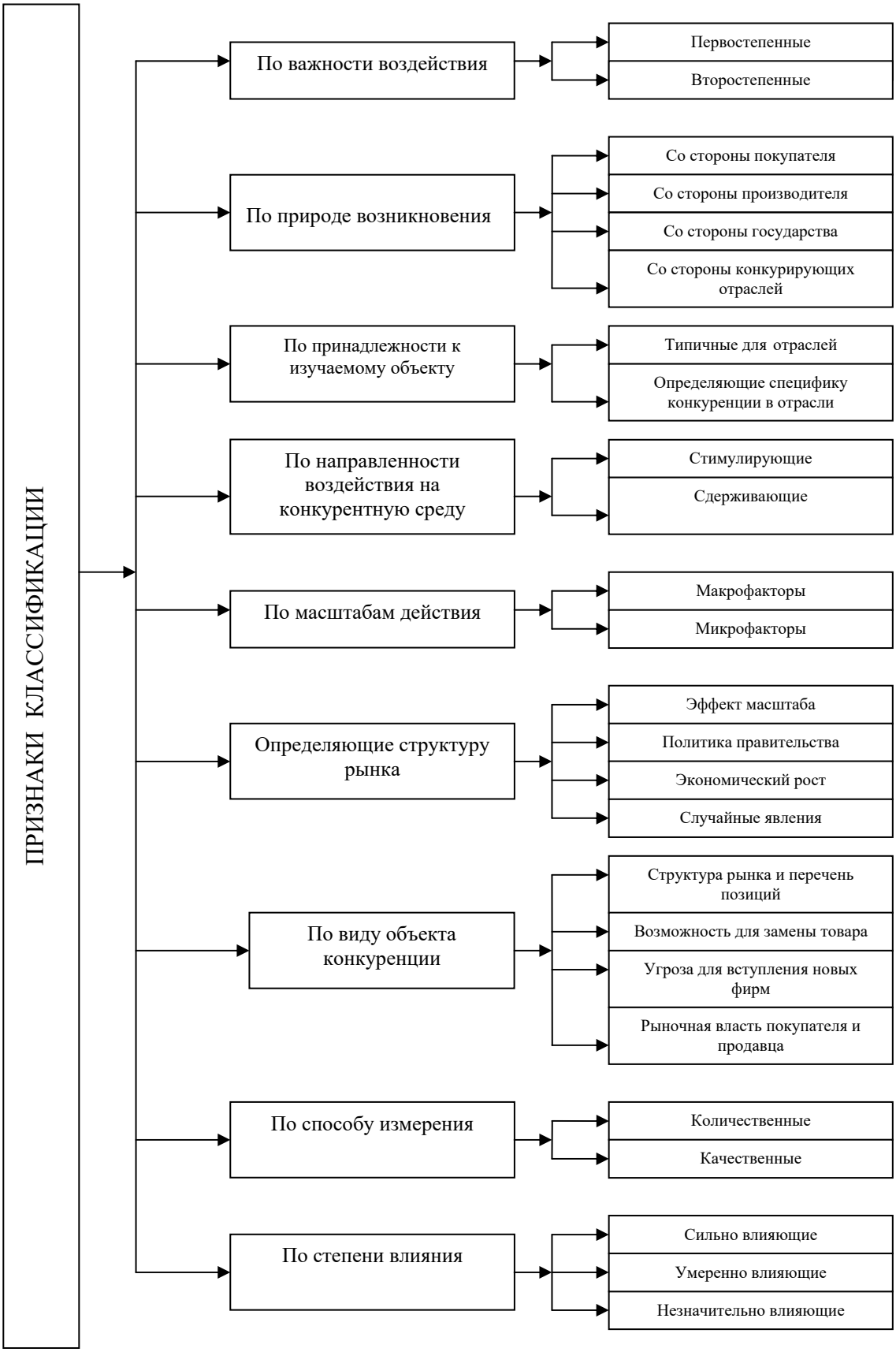


Рис. 1. Классификация факторов, воздействующих на уровень развития конкурентной среды

Конкуренция играет значительную роль в экономике и является одним из основных регулирующих механизмов в рыночной системе. Конкуренцию можно определить как соперничество между субъектами рынка (юридическими или физическими), которые осуществляют предпринимательскую деятельность и заинтересованы в достижении аналогичных целей. Развитие конкуренции является необходимым условием регулирования рыночных процессов. Смысл конкурентной борьбы должен заключаться в завоевании конкретных потребителей, пользующихся услугами конкурентов, а не в действиях против предприятий-соперников. Но, чтобы выиграть в конкурентной борьбе, предприятию нужно обладать определенным преимуществом на рынке, уметь создать факторы превосходства над конкурентами в сфере потребительских характеристик товара и средств его продвижения на рынке.

Проблемы развития конкурентной среды имеют многоаспектный характер, а уровень развития конкуренции в них зависит от ряда факторов. Применительно к мясной отрасли факторы, определяющие состояние конкурентной среды можно классифицировать по девяти признакам (рис.1)., причем их влияние должно измеряться в комплексе, так как каждый из них тесно связан и зависим от прочих. Наиболее приоритетными можно выделить факторы по принадлежности к изучаемому объекту. К числу типичных отраслей промышленности относят экономические, административные, структурные факторы, а определяющими структуру конкурентной среды в мясной отрасли – экономические, организационные, ресурсные, социально-демографические, правовые факторы.

Характеристика конкурентной среды мясной отрасли во многом зависит от экономических тенденций, проявляющихся в ней.

Среди составляющих этого фактора необходимо выделить объем отрасли, то есть общее количество товара, произведенного в соответствующих географических границах региона, использование производственных мощностей предприятий мясной промышленности, а также степень износа основных фондов. Еще одной важной составляющей экономического фактора, оказывающей влияние на развитие конкурентной среды отрасли является формирование ресурсов мяса и мясопродуктов, то есть доля собственного производства во всем поступлении мяса и мясопродуктов.

В российских условиях немаловажное значение имеют и административные факторы. В мясной отрасли к ним можно отнести все виды препятствий и затруднений при создании и развитии новых предпринимательских структур, связанные с необходимостью выполнения установленных правил и процедур, предусмотренных законодательными и подзаконными актами, а также актами и действиями органов власти различного уровня.

Организационные факторы в основном представляются неразвитостью рыночной инфраструктуры. Пищевая промышленность, как правило, организуется в пределах административных границ субъектов российской Федерации или более мелких административно-территориальных образований,

этим определяется более тесная зависимость субъектов отраслевых рынков пищевой промышленности от степени развитости инфраструктуры отраслей.

Ресурсный потенциал рынка воздействует на конкурентную среду, так называемой, рыночной властью поставщиков.

Социально-демографические факторы в основном присущи для отраслей, поставляющих продукцию на потребительский рынок. К таким факторам можно отнести тенденции снижения-увеличения численности населения, процессы старения, половозрастная структура населения, плотность населения, то есть причины, воздействующие на спрос, его структуру, а через него на конкурентную среду.

Для формирования конкурентной среды на региональном потребительском рынке существует потребность в эффективной законодательной базе (правовые факторы). Большую роль в поддержании конкурентной среды играет антимонопольное регулирование, вне зависимости от политических ориентиров системы. С принятие закона «О конкуренции и ограничении монополистической деятельности на товарных рынках» антимонопольное регулирование становится одним постоянных функциональных воздействий государства на экономику, признав тем самым необходимость конкуренции, необходимость создания конкурентных отношений как фактора поддержания предпринимательского климата. Однако, относительно мясной отрасли, в связи с особой значимостью мясной продукции в проблеме обеспечения минимального уровня потребления населения продуктами питания, применяется косвенное регулирование цен, что снижает привлекательность региона для конкуренции со стороны вновь вступающих предприятий.

Сочетание вышеперечисленных факторов конкурентной среды предопределяют действия хозяйствующих субъектов на нем. Отраслевой рынок располагает всеми факторами, способствующими для развития конкуренции, хотя наиболее выживаемыми на нем являются крупные предприятия. В целом, мясной отрасли присуща высокая степень концентрации и узкая специализация производства, географическая ориентация предприятий, локальное сегментирование рынков, наличие административных барьеров.

Литература:

1. Гарипова Л. В. Научно-методические аспекты развития конкурентной среды мясоперерабатывающих предприятий АПК: Автореферат дис. кандидата экономических наук: 08.00.05/Гарипова Лариса Владимировна; - Москва, 2008. – 26 с.
2. Гарипова Л. В., Мамцев А. Н. Развитие конкурентной среды регионального товарного рынка мясопродуктов Республики Башкортостан / Л. В. Гарипова, А. Н. Мамцев. – М.: ООО Редакция журнала «Экономика сельскохозяйственных и перерабатывающих предприятий», 2008. – 230 с.
3. Гарипова Л.В., Братишко Н.П. «Конкурентная среда и факторы обеспечения продовольственной безопасности» В сборнике: Импортозамещение в агропромышленном комплексе - основа национальной продовольственной безопасности сборник материалов международной научно-практической конференции. Научный редактор: А. Н. Мамцев. 2016. С. 161-165.

Kovinko O. M.,
PhD, Associate Professor
Drozdets A. D.
applicant of higher education OS "master"
Vinnitsa Trade and Economic Institute of Kyiv national university of trade and economics, Ukraine

ASSESSMENT OF ADVERTISING INFLUENCE ON CONSUMERS

Ковінько О. М.,
к. е. н., доцент
Дроздець А. Д.
здобувач вищої освіти ОС "магістр"
Вінницький торговельно-економічний інститут КНТЕУ, Україна

ДОСЛІДЖЕННЯ ВПЛИВУ РЕКЛАМИ НА СПОЖИВАЧА

The article deals with the formation during the years of advertising as a means of influencing consumers. It is precisely in modern terms that advertising affects the public and their opinions, and advertising functions.

***Keywords**: advertising, marketing communications, sales.*

В статті розглянуто формування протягом років реклами, як засобу впливу на споживачів. Як саме у сучасних умовах реклама впливає на суспільство та їх думку, та функції реклами.

***Ключові слова**: реклама, маркетингові комунікації, продажі.*

Однією із соціально-комунікаційних технологій є реклама, яка по праву займає одне з головних місць у засобах комунікацій. У наш час реклама стала невід'ємною частиною нашого світу. Вона втручається чи не в усі сфери нашого життя, і хочемо ми того чи ні, впливає на нас і на рішення, які ми приймаємо. Сьогодні світ наповнений рекламою, вона зустрічається нам всюди - на телебаченні, на радіо, в Інтернеті, на вулиці, в газетах і журналах. Зараз вже важко собі уявити наше життя без реклами, роль реклами в сучасному світі важко оцінити.

Актуальність даної теми полягає в тому, що в умовах жорсткої конкуренції, що склалась на ринку рекламування товарів та послуг, традиційною рекламою сьогодні складно зацікавити споживача. Більше того, часто доводиться чути про зворотний ефект, коли рекламні звернення не те що не зацікавлюють, а навпаки, через надмірну нав'язливість відштовхують потенційних покупців. Тому рекламістам важливо вміти знайти такі рекламні засоби та форми, які були б здатні зацікавити аудиторію, привернути увагу.

Варто зазначити, що питанням ефективного рекламування присвячені праці таких учених, як О. Ахманов, Л. Балабанова, Р. Батр, І. Вікентьєв, А. Дейян, О. Зарецька, Ф. Котлер, Дж. Майєрс, Ю. Макогон, Г. Почепцов, О. Проніна, Т. Примак, Є. Ромат, М. Румянцев, Г. Савіна, О. Сохацька, Е. Тарасов та ін

Метою даної роботи – є дослідити вплив реклами на успішність продажу товарів та послуг.

Реклама зародилася давним-давно. Її існування в доісторичні часи підтверджує, наприклад, єгипетський папірус з оголошенням про майбутній продаж раба. Реклама в ті часи була представлена письмовими або усними оголошеннями, розхвалюють той чи інший товар або послугу. Усну рекламу поширювали різного роду зазивали. Письмова реклама втілювалася, крім папірусних сувоїв і вощених дощечок, написами на придорожніх каменях, а також на будівлях. Рекламували, як і сьогодні майже всі - оливкова олія і амфори, в яких це масло належало зберігати, биків, коней та іншу худобу, предмети праці і зброю. Рекламувалися і послуги: у рекламних оголошеннях тієї віддаленої епохи раз у раз зустрічаються заклики відвідати якийсь кабачок, де продаються незвичайні закуски і вина, або запрошення в терми - громадські лазні.

В теорії маркетингу термін «реклама» має подвійне значення: він може означати рекламу як продукт (це те, що споживачі бачать на екранах телевізорів, на шпальтах газет або чують з радіоприймачів) або як процес виготовлення цього продукту. У випадку, коли йдеться про процес створення рекламного продукту або про рекламний бізнес у цілому, ліпше користуватися терміном «рекламування» [2, с.8].

Згідно закону України «Про рекламу» від 03.07.1996 № 270/96-ВР, реклама – це інформація про особу чи товар, розповсюджена в будь-якій формі та в будь-який спосіб і призначена сформувати або підтримати обізнаність споживачів реклами та їх інтерес щодо таких особи чи товару.

Сутність реклами можна пояснити і в термінах тих ролей, які вона грає в бізнесі і суспільстві. Вона виступає в чотирьох різних ролях:

1. Маркетинговій (маркетингова комунікація дробиться на чотири родинні комунікаційні техніки: рекламу, стимулювання збуту, зв'язок з громадськістю і персоналізовану продаж. Таким чином, реклама - це тільки один елемент загальної програми маркетингової комунікації компанії).

2. Комунікаційній (реклама - це одна з форм масової комунікації. Вона передає різні типи маркетингової інформації, спрямованої на досягнення порозуміння між продавцями і покупцями на ринку).

3. Економічній (згідно з ученням школи могутності ринку, реклама - це комунікаційний інструмент переконання, що використовується фахівцями ринку для відволікання уваги покупців від ціни на продукцію).

4. Соціальній (реклама інформує нас про нову і поліпшеної продукції і вчить, як користуватися цими новинками, вона допомагає порівнювати вироби та їх особливості, даючи покупцеві можливість приймати рішення про покупку, вже будучи поінформованим, вона є дзеркалом тенденцій у моді та дизайні і вносить вклад в наші естетичні уявлення) [3, с.32].

Сьогодні реклама є одним із головних компонентів комплексу маркетингових комунікацій, вона здатна виконувати такі завдання:

- розповсюдження інформації про товар чи фірму;
- зворотний зв’язок з покупцями для повного інформування їх про товар;
- активний вплив на прийняття рішень щодо купівлі;

- допомога працівникам служби збуту під час переговорів з клієнтами;
- переборювання недовіри до товару і фірми з боку покупців;
- підтримка позитивних емоцій у споживачів;
- наглядний показ солідності фірми, виконуваних нею обов'язків .

Ринок товарів і послуг, що наразі формується в Україні, вимагає якнайбільшого залучення і застосування реклами. Реклама, з одного боку, надає споживачам різну інформацію, необхідну для купівлі і використання виробів. З іншого, поєднуючи свою інформативність з переконливістю і навіюваністю, реклама впливає на емоційно-психічний стан людини. Реклама, сама по собі, одночасно і бізнес, і мистецтво. У рекламі відбивається не продукт, а користь, вигода від нього для покупця, те, від якої проблеми він завдяки товару позбавиться.

Звичайно реклама має як плюси так і мінуси. Основними перевагами реклами є те, що реклама прокладає шлях для персональних продажів. Забезпечуючи поінформованість аудиторії, реклама створює сприятливе ставлення до продукції, що виготовляє фірма. Окрім цього вона сприяє існуванню роздрібної торгівлі, яка заснована на самообслуговуванні навіть цілої галузі - продаж поштою. Використовуючи стратегію притягання, реклама дає змогу для фірми продемонструвати наявність попиту у споживачів, як свій канал збуту.

Негативна сторона полягає у тому, що в рекламних оголошеннях відсутня гнучкість, і існують певні труднощі їх пристосування до потреб і особливостям споживача. Значна частина інформації припадає на так звану марну аудиторію. Деякі види рекламної діяльності вимагають великих вкладень, навіть якщо на одного глядача або читача незначні. Це може бути перешкодою для невеликих фірм у використанні деяких засобів інформації.

Необхідність просування товарів на ринок в умовах жорсткої конкуренції стимулює виробників вибирати і використовувати нові і все більш ефективні способи передачі рекламної інформації споживачам. Що стали вже традиційними методи передачі рекламної інформації, такі як телебачення, радіо, преса та інші, доповнюються застосуванням методів, що дозволяють працювати з кожним покупцем більш індивідуально.

Обчислити економічну ефективність рекламних кампаній можна тільки побічно через великої кількості різних ринкових чинників, вплив яких часом складно розрахувати. Неможливо розділити вплив на ефективність акції реклами або контактів споживачів з іншими покупцями, а також вплив таких чинників, як сезонність, зміна цін, дії конкурентів і т.д.

Оцінювати результат акції можна за різними показниками. Найбільш часто використовують оцінка за обсягом продажів. За цим показником оцінка здійснюється наступним чином:

- вимірюється обсяг продажів до, під час і після акції в один час;
- порівнюється з обсягом продажів в цей же термін за минулі періоди;

- враховується зміна попиту на товар, яка може бути пов'язана з сезонністю, специфікою товару і іншими факторами;
- враховується обсяг продажів конкуруючих товарів на даному ринку (оцінка на конкретному ринку дозволяє оцінити акцію більш точно).

Основні показники, що впливають на ефективність реклами:

- кількість контактів - загальна кількість контактів цільової аудиторії з рекламним повідомленням;
- отримання уваги - факт звернення уваги на передану засобами масової інформації рекламу. Так як споживач зазвичай звертає увагу на предмети, пов'язані з його потребами, положенням або переконаннями, увага є виборчим.
- рекламний шум - маса рекламних та інформаційних сюжетів, переданих в короткі проміжки часу. Причому кожен з них змагається за увагу слухача чи глядача, а разом вони знижують сприйняття кожного з них. У будь-який окремий проміжок рекламного часу може бути вставлено кілька рекламних оголошень.
- вартість контакту - індекс вартості за тисячу контактів серед потенційних клієнтів (або вартість охоплення тисячі осіб з цільової аудиторії). Іншими словами, питома вартість реклами. Показник застосовується для порівняння вартості реклами при використанні різних рекламних засобів;
- тривалість контакту - час контакту споживача з рекламним повідомленням;
- період часу від контакту з рекламою до прийняття рішення про покупку.

Є й інші, не менш важливі показники - якість продукції, дистрибуція, дизайн рекламних матеріалів, дії конкурентів - акції, що проводяться ними в аналогічний період, текст рекламних матеріалів і т.д.

Фінансова результативність реклами пов'язана із величезною кількістю чинників, врахувати все різноманіття яких досить складно. У найзагальнішому вигляді фінансову результативність реклами можна описати такою залежністю: $Пр^{рекл} = c*Пр^{прод}$,

де $Пр^{рекл}$ —прибуток від реклами; $Пр^{прод}$— прибуток від продажів; с — коефіцієнт інформаційної дії [1].

Проте абсолютно точно розрахувати ефективність реклами неможливо і це зумовлено рядом причин.

По-перше, реклама - це один із багатьох факторів, за допомогою яких визначається результативність маркетину. Окрім самої реклами на збільшення продажів впливає і ряд інших чинників маркетингового комплексу.

По-друге, поведінку того чи іншого споживача точно передбачити неможливо, це зумовлено різноманітністю смаків, вподобань та характерів. Одні і ті ж засоби можуть привести до різних результатів для різних споживачів.

По-третє, динамічність ринку зумовлює численність випадкових подій, які теж можуть визначати успіх чи невдачу товарів, послуг, які пропонує фірма.

У сучасному світі існує багато засобів розповсюдження рекламних звернень:

- реклама через пресу (газети), журнали;
- друкована реклама, каталоги, буклети, листівки, проспекти, брошури;
- телебачення, радіо;
- рекламні сувеніри, листи, телефонні дзвінки;
- зовнішня реклама;
- відеозображення та аудіо-реклама;
- виставки і ярмарки;
- комп'ютеризована реклама.

Проте не завжди реклама є дієвою, це часто зумовлено тим, що не вдало охоплена цільова аудиторія, або релама не зацікавила, або ж до тієї чи іншої реклами існує недовіра.

Згідно з даними газети «Місто», компанія Nielsen провела опитування з метою з'ясувати, якій рекламі сьогодні найбільше довіряють споживачі. Дослідження проводили у 60 країнах, в тому числі й нашій. Серед усіх джерел інформації про товари і послуги найвищу довіру в українців викликають рекомендації знайомих (81%), відгуки споживачів, інформація онлайн (63%) та на сайтах брендів (59%). Серед традиційних ЗМІ українці певною мірою довіряють рекламі на білбордах і в журналах (по 34%). Меншим авторитетом користується інформація про товари і послуги на ТБ (32%), в газетах (31%) і на радіо (30%). Рівень довіри до нових видів реклами наближається до традиційних: так, онлайн-відеорекламі довіряють 29% респондентів, а рекламі в соціальних мережах – 32%.

Під час дослідження споживачів питали не тільки про довіру, але й про те, наскільки реклама стимулює їх до здійснення покупки. Більшість під впливом реклами все-таки готові придбати товар або послугу: так, здійснюють покупку за рекомендацією знайомих 81% опитаних, на 69% впливають відгуки, а інформація на сайтах брендів спонукає 63% респондентів зробити ту чи іншу покупку. Реклама на ТБ мотивує лише 47% українців, в газетах і журналах – 43% і 45% відповідно. Реклама в соціальних мережах впливає на процес покупки 45% респондентів. Найменше впливає на прийняття рішення маркетинг у ТВ програмах –25% [4].

Отже, у сучасному світі значимість реклами постійно зростає. Виступаючи культурним посередником в системі соціальної комунікації, реклама впливає не лише на поведінку людей, але й на суспільні настрої, інтеграцію громадського життя, соціальну мобільність. Реклама – необхідний чинник для успішного просування товару чи послуги. Але важливим є вміння правильно створити і подати рекламний продукт, лише тоді можна рораховувати на збільшення продажів.

Література:

1. Виховець О. Вплив реклами на продаж видавничої продукції / Олександр Виховець. // вісник Книжкової палати. – 2013. – №4
2. Лук'янець Т. І. Рекламний менеджмент: [навч. посібник] / Лук'янець Т. І.— К.: КНЕУ, 2003. — 440 с.,
3. Уэллс У. Реклама: принципы и практика: / Уэллс У., Бернет Дж., Мариарти С. ; [пер. с англ.]. — СПб.: Питер, 2001. — 736 с
4. Якій рекламі довіряють? [Електронний ресурс] // Місто. – 2017. – Режим доступу до ресурсу: http://mi100.info/2017/02/10/yakij-reklami-doviryayut.

Kolesnyk M.V.,
PhD, associate professor,
Komandrovska V.E.,
PhD, associate professor,
Karakay A.O.
graduate student
National Aviation University, Ukraine

FEATURES OF FORMING COMPETITIVE POSITION OF THE ENTERPRISE IN MARKETING MULTINATIONAL STRATEGIES

Колесник М.В.
к.е.н., доцент
Командровська В.Є.
к.е.н., доцент
Каракай А.О.
магістрант
Національний авіаційний університет, Україна

ОСОБЛИВОСТІ ФОРМУВАННЯ КОНКУРЕНТНОЇ ПОЗИЦІЇ ПІДПРИЄМСТВА В МАРКЕТИНГОВИХ БАГАТОНАЦІОНАЛЬНИХ СТРАТЕГІЯХ

The article deals with the peculiarities of forming the enterprise competitive position as an element of marketing multinational strategy for achieving a strong competitive position of the firm on the international market. It is proposed to use a system and integrated approach in the process of forming a strategy to achieve maximum synergy effect.

Keywords: *competitive position, strategy, international competition, marketing multinational strategy, synergy effect, integrated approach, system approach, communication strategy.*

В статті розглянуто особливості формування конкурентної позиції підприємства як елементу маркетингової багатонаціональної стратегії для досягнення сильної конкурентної позиції фірми на міжнародному ринку. Запропоновано використовувати в процесі формування стратегії системний та комплексний підхід для досягнення максимального синергічного ефекту.

Ключові слова*: конкурентна позиція, стратегія, міжнародна конкуренція, маркетинг, синергічний ефект, системність, комплексність, комунікаційна стратегія.*

Міжнародна конкуренція сьогодення набуває нових форм та постійно збагачується новим інструментарієм, як то новими унікальними конкурентними стратегіями підприємств, так і новими інституційними вимогами територіальних об'єднань, в тому числі і на єдиному ринку Європейського

Союзу. Тому ефективна економічна діяльність українських підприємств, їх вихід на зовнішні ринки та, відповідно, й рівень їх конкурентної позиції сьогодні та в майбутньому залежить від створення та впровадження ефективної сучасної системи маркетингової діяльності на підприємстві.

Уточнимо, що застосовуючи дефініцію «конкурентна позиція» в науковій термінології акцентують, як правило, увагу на таких характеристиках діяльності підприємства в умовах міжнародної економічної конкуренції:

1) конкурентна позиція – це сукупність принципів діяльності підприємства, спираючись на які, воно намагається створити свою унікальність, пропозицію та імідж щодо конкуруючих компаній;

2) аналіз конкурентних позицій фірми на світовому ринку передбачає з'ясування факторів, що впливають на ставлення покупця до фірми та її продукції на ринках, і, як результат, зміну частки підприємства на національному або світовому ринку товарів [1].

Сучасна система маркетингу в діяльності підприємства має відповідати вимогам щодо забезпечення стратегічного управління підприємством та швидкій адаптації до умов зовнішнього середовища та завоювання лідерських позиції. Тому, для досягнення своїх цілей та впевненої конкурентної позиції на міжнародному ринку, необхідне системне впровадження та реалізація елементів комплексу маркетингу. Дефініція «системне» в цьому випадку передбачає як і комплексний підхід, так й формування оптимальної структури системи та її підсистем в механізмі діяльності підприємства.

Нагадаємо, що базова маркетингова діяльність на підприємстві охоплює маркетингові дослідження, розробку товарно-асортиментної, збутової та цінової політики, та, відповідно, розробку стратегії просування і, як важливий елемент стратегічної діяльності, тут можна додати брендінг.

Комплексне нове дослідження суті та різних дефініцій процесу управління маркетинговою діяльністю провела М.Конопляннікова, яка підкреслила наступні її сучасні домінанти:

1) це діяльність усередині підприємства, яка спрямована на ринкове середовище, яке базується на застосуванні інформаційних технологій;

2) вона забезпечує встановлення постійної комунікації зі споживачем, що дає можливість підвищувати адаптивність маркетингових інструментів відповідно до потреб ринку;

3) вона визначає якісний склад комплексу маркетингу, через який підприємство здійснює маркетинговий вплив на споживача, створює сприятливе внутрішнє середовища, має на меті доведення до керівництва і персоналу цінностей підприємства і його маркетингових цілей [2].

Процес впливу підприємства на зовнішнє середовище (корпоративну стратегію) можна розглядати як систему, яка поєднує в собі дві основі підсистеми: підсистему стратегічних бізнес-одиниць та підсистему, яка складається з функціональних стратегій [3].

Таке формування конкурентної позиції доцільно здійснювати у відповідності до пропозиції А. Арланцева та Е. Попова, що пропонують такий алгоритм:

1. Розробити модель єдиного позиціонування в цільовому сегменті. Тут важливо врахувати, що синергічний ефект виникає при взаємодії структурних елементів одного комунікаційного повідомлення, що впливають на різні канали сприйняття людини (зір, слух, нюх, дотик).

2. Розробити комунікації з приводу: товару, ціни, розподілу. На цьому рівні ефект проявляється в результаті комплексного використання елементів просування.

3. Сформувати комплекс просування: PR, реклама, особисті продажі, стимулювання збуту. Синергічний ефект посилюється, коли в просуванні товару/послуги використовуються комунікаційні ресурси всіх елементів комплексу маркетингу. Тут важливо врахувати, що синергічний ефект виникає при оптимальному поєднанні елементів маркетингового повідомлення, переданого за допомогою різних комунікаційних інструментів. При цьому відбувається посилення переваг кожного виду маркетингових комунікацій, тоді як недоліки окремих інструментів нівелюються [4].

Уточнимо, що комплексність тут, на нашу думку, означає багатофакторний аналіз бізнес-процесу та оточуючого його середовища з наступним ефективним узгодженим з'єднанням в єдиний контрольований процес усіх складових елементів просування товару підприємства. Системність в даному випадку, на нашу думку, забезпечує формування чіткої ієрархії в організації дії складових комплексу просування (підсистеми маркетингового комплексу).

Тому управління комплексом просування товарів (послуг) можна визначити як управління структурою комунікацій та інших складових з метою забезпечення ефективності їх реалізації із досягненням взаємовигідних відносин із покупцями. В цьому випадку менеджеру необхідно враховувати усю сукупність зв'язків компанії (фіксованих та не фіксованих), оскільки кожна підсистема хоч і є в структурі материнської системи, але вже є окремою системою.

Так, наприклад, Т. Кузнецова пропонує відокремлювати сучасний комплекс заходів програми стимулювання збуту продукції підприємств промисловості як окремий комплекс, в якому передбачається розвиток BTL-комунікацій, застосування нових методів і систем впливу на споживачів, впровадження системи інтегрованих маркетингових комунікацій (IMC) тощо [5, с.7-8].

Але, комплекс стимулювання збуту одночасно можна заглядати і як комплекс просування або, як кажуть, політики просування. В сучасному світі, де стрімко розвиваються комунікаційні процеси, підвищується роль громадської думки, підприємствам потрібно за допомогою дій, що координують та контролюють, налагоджувати стосунки з громадськістю, а також окремими групами суспільства. Тож функцію стимулювання збуту все ж доцільно розвивати з урахуванням системних завдань політики просування.

Сам комплекс просування, як правило, розглядають як сформовану систему на підприємстві, яка включає в себе засоби впливу на суб'єкти ринкових відносин, пов'язану зі встановленням двосторонніх відносин з метою отримання комунікативного та економічного ефекту.

На нашу думку, саме завдяки досягненню системності в управлінні комплексу просування в системі маркетингу вітчизняні підприємства швидше досягнуть поставлених цілей на єдиному ринку Європейського Союзу та глобальному ринку взагалі.

Розглянемо деякі визначення, які стосуються теоретичних досліджень комплексу просування на міжнародних ринках.

Створюючи привабливий образ товару чи фірми виходячи на міжнародний ринок, підприємство використовує такі самі засоби просування, що і на внутрішньому ринку, але з метою підвищення ефективності, слід використовувати елементи просування спеціально для окремого ринку, або й навіть для окремих клієнтів, враховуючи всі особливості і потреби, а також умови посередників чи контрагентів.

До основних елементів просування товару на зовнішніх ринках відносяться: міжнародна реклама (international advertising); стимулювання продажів (sales promotion); зв'язки з громадськістю (public relations); комунікації в прямому маркетингу (direct marketing); комунікації в процесі особистих (персональних) продажів [6, с.206].

Особливості кожного з видів просування товару на зовнішніх ринках становлять:

1. Міжнародна реклама визначається як платна форма неособистого представлення товару, ідеї або послуги на зовнішньому ринку. Вона виходить від товаровиробника або від торгового посередника. Здійснення реклами на зовнішніх ринках є однією з найбільш складних проблем реалізації міжнародного маркетингу. Це пов’язано з тим, що є значні відмінності між окремими країнами, які можуть впливати на можливості здійснення рекламної діяльності. Такі відмінності залежать від: рівня розвитку культури; використання мови; стану економіки; законодавства; наявності коштів поширення міжнародної реклами; рівня конкуренції.

2. Зв'язки з громадськістю мають на меті формування і підтримання сприятливого відношення до фірми. На відміну від реклами зв'язки з громадськістю не передбачають прямої оплати за їх здійснення. Більшість фірм створюють спеціальні відділи по зв'язках з громадськістю, які і покликані забезпечити їх реалізацію.

3. Використання стимулювання продажів на зовнішніх ринках спрямоване на привернення уваги споживачів або торговельних посередників до товару і має на меті збільшити його споживання, а отже, і обсяги продажів.

4. Серед комунікацій в прямому маркетингу найбільш важливими є комунікації в процесі персонального продажу. Іноді саме такими комунікаціями і обмежуються, розглядаючи лише чотири інструменти комплексу просування товару на зовнішніх ринках, що включають крім персональних продажів рекламу, суспільні зв'язки і стимулювання продажів.

5. Прямий міжнародний маркетинг має місце тоді, коли продавець, використовуючи можливості засобів масової інформації, сам здійснює продаж належних йому товарів на зовнішніх ринках [7,8].

Крім перерахованих основних елементів просування товару на зовнішніх ринках також часто самостійним елементом розглядаються міжнародні виставки та ярмарки.

Кожен з інструментів комплексу просування товару на зовнішньому ринку має свій ступінь значущості та створює різний вплив на ефективність здійснення такої політики.

Це залежить від різних чинників, основними з яких є:

- вибір цілей діяльності фірми в конкретній країні;
- реалізація міжнародного маркетингу;
- наявність матеріальних ресурсів у підприємства;
- стан ринку та ступінь конкуренції;
- вид товару, який пропонує підприємство;
- ступінь участі посередників в просуванні товару на зовнішній ринок [9].

Головною метою фірми, яка виходить на зовнішній ринок має бути спонукання споживача до здійснення покупок. Якщо бренд товару вперше з'являється на ринку даної країни, то необхідно забезпечити комплексну поінформованість потенційних покупців і створити позитивне ставлення до товару чи бренду.

Якщо потенційні покупці ознайомлені з брендом і підприємство планує збільшити обсяги продажів у короткостроковому періоді, то йому слід віддати перевагу стимулюванню продажів.

При формуванні комплексу просування товару на зовнішніх ринках, перш за все слід сформувати цілі просування товару для кожного зовнішнього ринку, оцінити фактори, які можуть вплинути на можливість використання окремих інструментів просування товару в кожній з країн.

Реалізуючи політику просування товару, необхідно проводити оцінку її ефективності і відповідно до цього приймати відповідні управлінські рішення, покликані забезпечити більш високий рівень дієвості політики просування товару на кожному зовнішньому ринку.

Вибираючи той чи інший інструмент просування товару на зовнішні ринки, менеджмент підприємства має комплексно здійснювати моніторинг стану своєї конкурентної позиції, актуальна інформація про яку дозволить вчасно застосовувати ті чи іншими елементами комплексу просування.

Виходячи з вище сказаного, можемо зробити висновок, що:

1) ефективність взаємодії усіх складових засобів просування при виході на міжнародний ринок підприємства досягається шляхом забезпечення системності в організації управління цією складовою маркетингового комплексу;

2) існує особливе значення комплексу просування для формування успішних маркетингових стратегій виходу на міжнародні ринку та, відповідно, отримання сильної конкурентної позиції на глобальному ринку.

Литература:

1. Конкурентная позиция // Большая энциклопедия. – [Електронний ресурс]. Режим доступу: http://www.ngpedia.ru/id277974p1.html

2. Коноплянникова М.А. Управління маркетинговою діяльністю: поняття, принципи, підходи / М.А. Коноплянникова М.А. // Глобальні та національні проблеми економіки и логистики. – Випуск № 17. – 2017. – [Електронний ресурс]. Режим доступу: http://global-national.in.ua/archive/17-2017/71.pdf
3. Сак Т. В. Комплексний підхід до обґрунтування стратегії маркетингу підприємства / Т. В. Сак, І. М. Стасюк // Електронне наукове фахове видання «Ефективна економіка» – Випуск № 6. – 2015. – [Електронний ресурс]. Режим доступу: http://www.economy.nayka.com.ua/?op=1&z=4150
4. Комплексний підхід в маркетингових комунікаціях // [Електронний ресурс]. Режим доступу: http://stud.com.ua/67598/marketing/kompleksniy_pidhid_ marketingovih_ komunikatsiyah
5. Кузнецова Т.Е. Стимулирование сбыта как инструмент продвижения товаров предприятий кондитерской промышленности: автореф. дис... канд. екон. наук: 08.00.05 / Т.Е. Кузнецова - Саранск.: АНО ВПО ЦС РФ «Российский университет кооперации», 2015. — 190с.
6. Квіт С. Масові комунікації. – К.: Києво-Могилянська академія, 2008. – 206 с.
7. Королько В. Г. Паблік рилейшнз. Наукові основи, методика, практика. — К.: «Ваклер». 2001. — 528 с.
8. Элизабет Мерманн. Коммуникация и коммуникабельность. - Х.: Изд-во Гуманитарный Центр: 2007. — 296 с.,
9. Міжнародний менеджмент// [Електронний ресурс]. Режим доступу: http://www.readbook.com.ua/book/15/

Korzachenko O.V.
Doctor of Philosophy
Kyiv National Economic University named after Vadym Hetman, Ukraine

EFFICIENCY ANALYSIS OF BANNER ADVERTISING: THEORETICAL ASPECTS

Корзаченко О.В.
кандидат экономических наук
Киевский национальный экономический университет имени Вадима Гетьмана, Украина

АНАЛИЗ ЭФФЕКТИВНОСТИ БАННЕРНОЙ РЕКЛАМЫ: ТЕОРЕТИЧЕСКИЕ АСПЕКТЫ

The article considers the place and significance of banner advertising in the marketing activities of Ukrainian enterprises, and also studies theoretical approaches to determining its efficiency. It is proved that the effectiveness of banner advertising cannot be measured by the direct indicator of CTR. It is also necessary to consider the indicators of user engagement, since banner advertising has a powerful influence on the changing of consumers` perception and the formation of preferences among them, and also promotes brand recognition.

Keywords: *Advertising Effectiveness, Banner Advertising, Electronic Commerce, Marketing, Promotion*

В статье рассмотрены место и значение баннерной рекламы в маркетинговой деятельности украинских предприятий, а также исследованы теоретические подходы к определению ее эффективности. Доказано, что эффективность баннерной рекламы не может быть измерена прямым показателем перехода по объявлению, в комплексе необходимо рассматривать и показатели вовлеченности пользователей, поскольку баннерная реклама оказывает мощное влияние на изменение восприятия потребителей и формирование предпочтений у них, и способствует узнаваемости бренда.

Ключевые слова: *эффективность баннерной рекламы, баннерная реклама, электронная коммерция, маркетинг, продвижение.*

В условиях бурно развивающихся рыночных отношений современная реклама стала неотъемлемой и значимой частью в системе маркетинговых коммуникаций предприятий и преимуществом их конкурентной борьбы на рынке. С развитием информационных технологий и сети интернет особое значение приобретает интернет-реклама.

Рекламе в интернете посвящено значительное количество международных научных и практических исследований, при этом акцент делается именно на исследовании баннерных объявлений. Баннерная реклама показывает графические рекламные сообщения на веб-страницах с целью привлечения посетителей на сайт рекламодателя. В то время как интернет-реклама может принимать много форм, включая текстовые ссылки, спонсорство, объявления, целевые сайты и другое, рекламные баннеры исторически были наиболее распространенными.

По данным исследования Интернет Ассоциации Украины, которые были получены с помощью перекрестного анализа анкетирования агентств интернет-рекламы, больших площадок интернет-торговли, холдингов и сейл-хаусов, отечественный рынок медийной интернет-рекламы в 2016 году составил 1,2 млрд. грн., что на 36% больше, чем в предыдущем (табл. 1). По прогнозам аналитиков, в 2017 году рынок может вырасти на 27% и составит 4 млрд. грн.

Таблица 1

Рынок интернет-рекламы в Украине (2015-2017 гг.)

Направление (по классификации IAB)	**Объём ринка, млн грн**			**Прирост в 2016 г.**	**Прирост в 2017 г.**
	2015	**2016**	**2017 ***		
Поиск (платная реклама в поисковых системах)	880	1 200	1 650	36%	38%
Баннерная реклама, объявления в социальных сетях	680	750	830	10%	11%
Спонсорство	120	160	180	33%	13%
Мобильная реклама	150	250	370	67%	48%
Цифровое видео (в т.ч. YouTube)	325	460	580	42%	26%
Всего рынок в соответствии с классификацией IAB	**2 155**	**2 820**	**3610**	**31%**	**28%**
Другое	200	320	400	60%	25%
Всего	**2 355**	**3 140**	**4 010**	**33%**	**28%**

* *Прогнозные данные*

Источник: [1, 2].

Самым весомым сегментом медийной интернет-рекламы в Украине является баннерная реклама, доля которой в 2016 г. составила 51,2% и выросла на 8,9% по сравнению с 2015 г. (рис. 1). Оказалось, что в сегменте мобильной рекламы, баннеры занимают также наибольшую долю – 19%.

Таким образом, исследование медийной интернет-рекламы в Украине показало, что широкое распространение получила именно баннерная реклама.

Маркетологи используют этот инструмент для создания и поддержания имиджа бренда, стимулирования и увеличения объемов продаж, а также сбора личных данных для формирования клиентской базы и ремаркетинга. Использование баннерной рекламы предоставляет широкие возможности для анализа и мониторинга рекламной кампании и поведения целевой аудитории в режиме реального времени.

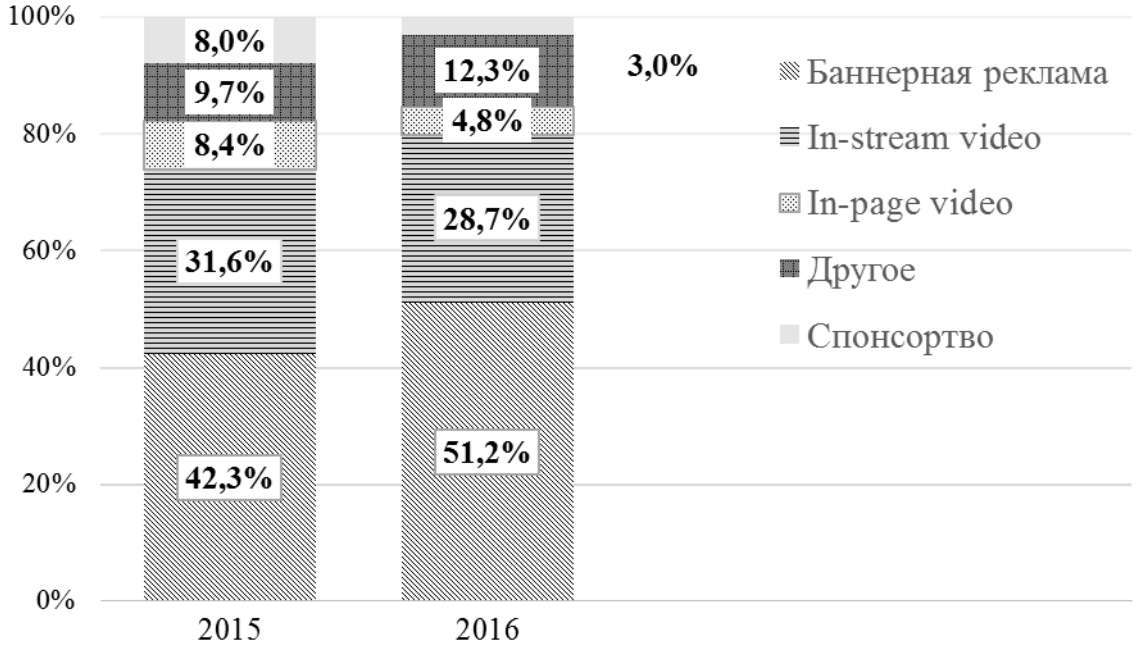


Рис. 1 Сегменты медийной интернет-рекламы в 2015-2016 гг.

Источник: построено автором на основе данных [2]

Очевидно, что важно постоянно анализировать эффективность рекламных кампаний. Эффективность баннерной рекламы традиционно измеряется показателями кликов (Click-Through Rate, CTR) – это процент пользователей, которые перешли по рекламному объявлению к общему числу его показов [3]. Использование показателя CTR позволяет получать рекламодателям точные количественные данные и своевременно корректировать рекламную кампанию в зависимости от отклика целевой аудитории.

Несмотря на значительный рост объемов рынка медийной баннерной рекламы и расходов на нее у отдельных компаний, среди ученых и практиков остаются сомнения в эффективности баннерной рекламы и методов ее измерения [4, 5]. Такое утверждение основывается на статистических данных, подтверждающих невысокий рейтинг CTR. По данным компании Google [6] по состоянию на апрель 2017 года CTR достигает уровня 0,22%, то есть в среднем по всему миру при показе баннерного объявления 10000 раз только 22 человека переходят по нему. Данная тенденция может варьироваться в зависимости от географических характеристик, сезонности и сфер экономической деятельности предприятий, которые рекламируются (рис. 2).

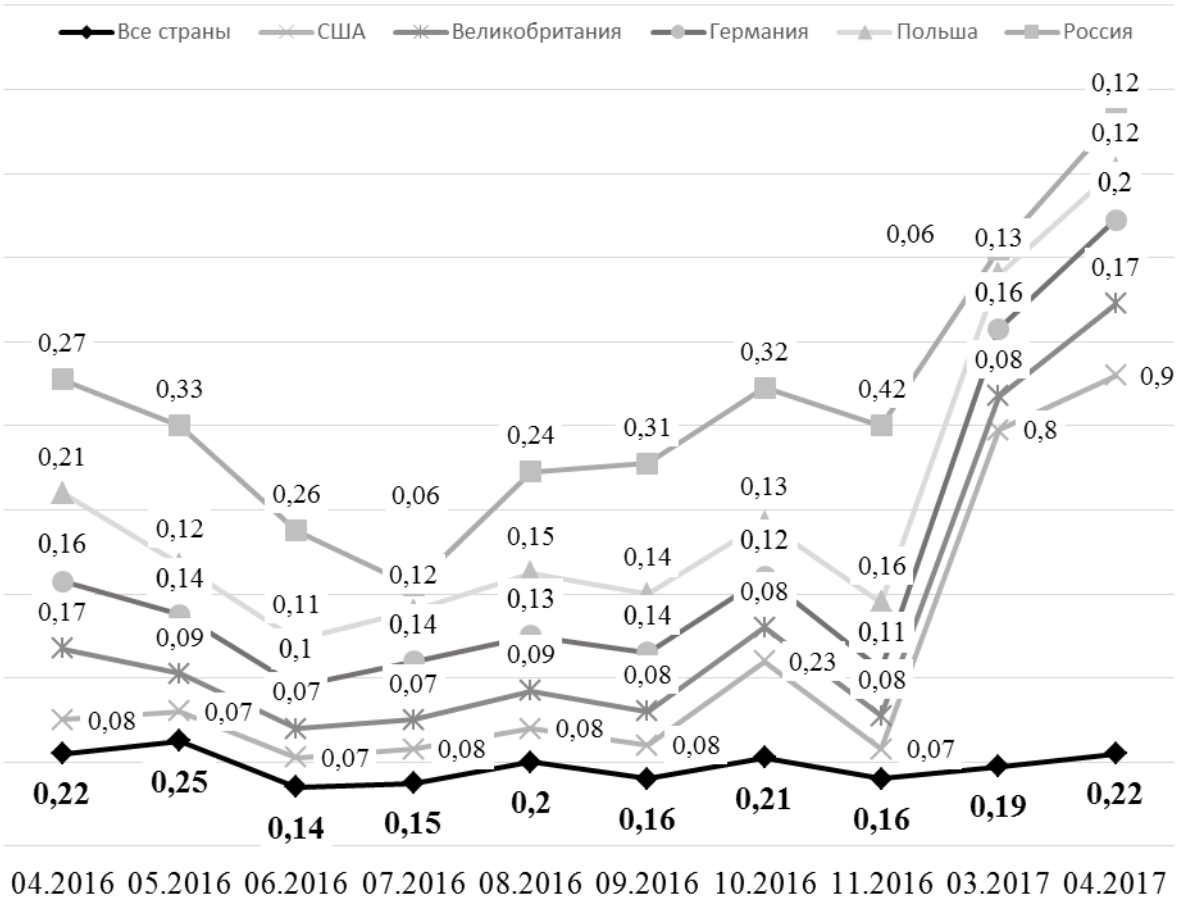


Рис. 2. Динамика CTR с апреля 2016 г. по апрель 2017 г.

Источник: сформировано автором на основе данных [6].

Следует отметить, что на значение показателя CTR значительной мерой влияет стиль и размещение соответствующих объявлений. Из табл. 2 видно, что наиболее эффективными являются прямоугольные баннеры с анимацией (Flash in Page) 300*250 пикселей, которые располагаются в центральной части страницы слева.

Таблица 2

CTR баннерной рекламы в зависимости от типа и местоположения за апрель 2017 года

Тип баннерного объявления	**CTR, %**			
	Все позиции	Прямоугольный	Горизонтальный	Вертикальный
Flash In-Page	0,09	0,14	0,04	0,02
Image	0,08	0,10	0,04	0,05
Rich Media Expandable	0,01	0,01	0,07	0,06
Rich Media In-Page Flash	0,07	0,08	-	-
Среднее значение	**0,06**	**0,08**	**0,05**	**0,04**

Источник: сформировано автором на основе [6]

Низкие показатели эффективности баннерной рекламы можно объяснить тем, что некоторые пользователи интернета устанавливают в свои браузеры специальные расширения, которые блокируют рекламные сообщения, или же просто не замечают ее из-за концентрации внимания на основном содержании веб-страницы, которую они просматривают. Такой феномен получил название «баннерная слепота» – это специфическое восприятие пользователем информации в интернете, при котором он не обращает внимания на элементы веб-интерфейса, похожие на рекламу [7, 8].

Однако, специалисты по маркетингу утверждают, что баннерная реклама эффективна даже на стадии ее отображения на веб-страницах рекламных площадок, поскольку способствует формированию имиджа бренда, его узнаваемости и продвижению [9, 10, 11]. Баннерная реклама оказывает мощное влияние на изменение восприятия потребителей [11]. Таким образом, маркетологи могут корректировать потребительское поведение, путем выявления проблем, которые характерны для целевой аудитории, а затем корреляции тематики сообщения в баннерной рекламе с этими проблемами.

В связи с этими аспектами, нецелесообразно использовать CTR в качестве адекватного показателя эффективности баннерной рекламы. Считаем, что необходимо дополнительно использовать показатель Average Engagement Time (среднее время взаимодействий с баннером, например, при наведении курсором мыши, просмотре видео и т.д.) [3, 12] и Engagement Rate (показатель вовлеченности на основе анализа eye tracker, который определяет время, когда посетители обращают внимание на объявления) [3, 13, 14]. Таким образом, связывая события экспозиции баннерной рекламы с возможностью приобретения товара (услуги) данный подход дает более объективную оценку эффективности баннерной рекламы.

Таким образом, использование в рекламной деятельности медийных баннерных объявлений обуславливает необходимость постоянного поиска путей повышения их эффективности. Недостаточно изученными остаются вопросы определения полного перечня прямых и косвенных факторов (кроме позиции и типа баннера, которые мы уже рассмотрели), влияющих на эффективность рекламных кампаний и нивелирования эффекта «баннерной слепоты», например, исследования влияния содержания рекламных сообщений в баннере и прочее. Именно на это должны быть нацелены дальнейшие научные исследования.

Литература:

1. Объем рекламно-коммуникационного рынка Украины 2016 и прогноз объемов рынка 2017. Экспертная оценка Всеукраинской рекламной коалиции [Электронный ресурс]. – Режим доступа: http://www.adcoalition.org.ua/news/417
2. Объем рынка медийной интернет-рекламы в 2016 г. вырос на 38% [Электронный ресурс]. – Режим доступа: http://inau.ua/news/obem-rynka-medyynoy-ynternet-reklamy-v-2016-g-vyros-na-38
3. Adform, Digital Advertising: measuring the impact of branding and performance campaigns [Electronic recourse]. – Access Mode: URL: http://site.adform.com/media/65376/adform-digital-advertising-benchmark-report-2015-1hy.pdf

4. Pharr, J.M. (2004) 'A research agenda for brand-building on the internet with banner advertising', Services Marketing Quarterly, Vol. 26, No. 2, pp.39–47.
5. Sigel, Adam, Gerald Braun, and Mark Sena (2008), "The Impact of Banner Ad Styles on. Interaction and Click-Through Rates," Issues in Information Systems, 9(2), 337-342.
6. Google, DoubleClick Display Ad Benchmark Statistics [Electronic recourse]. – Access Mode: URL: http://www.richmediagallery.com/tools/benchmarks
7. Burke M., Hornof A., Nilsen E., Gorman N. High-cost banner blindness: Ads increase perceived workload, hinder visual search, and are forgotten // ACM Transactions on Computer-Human Interaction. 2005. № 4. P. 423–445.
8. Алфимцев А. Н., Хает Ф. И. Пути преодоления баннерной слепоты в веб-интерфейсах / Алфимцев А. Н., Хает Ф. И. // Вестник МГТУ им. Н. Э. Баумана. Сер. Приборостроение. – 2014. – № 4. – С. 70-79.
9. Julie M. Pharr (2004) A Research Agenda for Brand-Building on the Internet with Banner Advertising, Services Marketing Quarterly, 26:2, 39-47.
10. A. Sigel, G. Braun and M. Sena, "The Impact of Banner Ad Styles On Interaction And Click-Through Rates," Issues in Information Systems, Vol. 9, No. 2, 2008, pp. 337-342.
11. Haren Ghosh, Amit Bhatnagar On Measuring and Increasing the Effectiveness of Banner Advertising / MIS Review Vol. 19, No. 1, September (2013), pp. 25-44.
12. Rosenkrans, G. (2010), 'Maximizing user interactivity through banner ad design', Journal of Promotion Management, Vol. 16, No. 3, pp. 265.
13. Baraggioli, F. and Brasel, S.A. (2008), 'Visual velocity: content font effects and incidental online ad exposure', Advances in Consumer Research, Vol. 35, pp. 600-606.
14. Lee, J.W. and Ahn, J.H. (2012), 'Attention to banner ads and their effectiveness: an eye-tracking approach', International Journal of Electronic Commerce, Vol. 17, No. 1, pp. 119-138.

Rakhman Mahbubur S.,
PhD in Economics Sciences, Associate Prof.
Zaika Olga V.,
Lecturer
Kotik Inna A.
Magistr
V.N. Karazin Kharkiv National University

MARKETING OPPORTUNITIES OF ENTERPRISES AGRO-INDUSTRIAL COMPLEX

Рахман Махбубур Сидикович
кандидат економічних наук, доцент
Заіка Ольга Вікторівна
викладач
Котік Інна Андріївна
магістр
Харківський національний університет імені В. Н. Каразіна

МАРКЕТИНГОВІ МОЖЛИВОСТІ ПІДПРИЄМСТВА АГРОПРОМИСЛОВОГО КОМПЛЕКСУ

On article was considered the influence of negative factors on the agriculture development in Ukraine, the peculiarities of agroindustrial marketing and the interconnections structure of agricultural enterprises. The analysis of marketing opportunities and the enterprise of the APC "MAIS" is carried out.

Key words: *marketing, agriculture, seeds, Ukraine, APC «MAIS», analysis, competitive advantages, marketing opportunities.*

В статті розглянуто вплив негативних чинників на розвиток сільського господарства України, особливості агропромислового маркетингу та структуру взаємозв'язків сільськогосподарських підприємств. Виконано аналіз маркетингових можливостей підприємства ТОВ АПК «МАЇС».

Ключові слова: *маркетинг, сільське господарство, насіння, Україна, ТОВ АПК «МАЇС», аналіз, конкурентні переваги, маркетингові можливості.*

Будь-якому підприємству необхідно виборювати своє місце в конкурентній боротьбі за допомогою виявлення та застосування своїх потенціальних можливостей щодо повноцінного задоволення потреб споживачів для стабільного розвитку та отримання сталих прибутків підприємства.

Сільське господарство володіє сприятливими грунтово-кліматичними умовами для розвитку, проте не досягла високотехнологічного розвитку як в інших державах, за наявності цілого ряду чинників: відсутності державної стратегічної програми розвитку села та підтримки фермерства; досконалої нормативно-законодавчої бази та податкового кодексу; земельного кодексу та приватизації основного засобу виробництву; відкритість ринку для імпорту та не захищеність вітчизняного виробника (мито на імпортні продукти 11,2% проти 42,3% в Туреччині); в експорті переважає сировина; у виробництві продуктів переважають агрохолдинги з великим банком землі та сильної матеріально-технічною базою; монопольний вплив у деяких сферах виробництва; малі фермерські господарства не в змозі конкурувати з агро промисловими холдингами у собівартості та обсягах виробництва; безробіття.

Проблеми аграрного маркетингу вивчались у працях вітчизняних вчених: І. М. Акімової, Ю.І. Данька, В. І. Дубницького, Т. Г. Дудара, О. О. Єранкіна, В. М. Жмайлова, Н. М. Козуб, В. М. Лисогора, Є.Й. Майовця, О. М. Мороза, М. А. Окландера, П. І. Островського, В. В. Пастухової, О. В. Пітика, М. П. Сахацького, І. О. Соловйова та інших.

Зародження маркетингу сталося разом з народженням ринку, а розуміння причин та передумов виникнення маркетингу допомагає сформувати правильне ставлення до цієї науки. Головна мета маркетингу полягає у задоволенні потреб суб'єктів ринкових відносин через обмін. Доречно навести визначення мети маркетингу сформульоване Пітером Друкером : «Мета маркетингу – зробити зусилля по збуту непотрібними. Його мета – так добре пізнати і зрозуміти клієнта, що товар або послуга будуть точно підходити останньому і продавати себе самі» [6].

Впродовж своєї еволюції маркетингова концепція змінювалася, мінялися цілі, форми, функції тощо, проте маркетингу відводить активна роль у дослідженні ринку з точки зору як: економічного процесу, господарської функції або господарської концепції спрямованої на визначення конкретних потреб ринку і можливостей підприємства у їх задоволенні. Маркетинг у сільському господарстві базується на загальних положеннях проте Вчені використовують такі назви щодо застосування маркетингу у сільському

господарстві: «агромаркетинг», «сільськогосподарський маркетинг», «маркетинг агробізнесу», «маркетинг АПК», «продовольчий маркетинг» тощо [4].

Аграрний маркетинг як комплексна ринкова діяльність являє собою систему поглядів та дій, пов'язаних з вивченням потреб, можливостей виробництва та обміну з ціллю задоволення цих потреб з найменшим використанням ресурсів і найбільш повним споживчим ефектом [1, 5].

Природні і економічні процеси в сільськогосподарській діяльності утворюють особливі умови для процесу організації маркетингу (рис. 1) [3].

Особливості агро маркетингу	сільськогосподарський товаровиробник виступає в якості продавця на товарних ринках і покупця на сировинних;
	пропозиції сільськогосподарської продукції визначаються співвідношенням цін на неї від придбаних ресурсів для її виробництва;
	продукція АПК є товаром першої життєвої необхідності;
	висока гнучкість системи агромаркетингу, що пояснюється жорсткою конкуренцією на ринку через ідентичність товарів;
	неспівпадіння робочого періоду і періоду виробництва;
	виробництво агропромислової продукції тісно взаємозв'язане з землею, що є основним засобом і предметом виробництва одночасно
	необхідність поєднання спеціалізації продукції залежно від природно-кліматичних та біологічних факторів, родючості її структури сільськогосподарських угідь з диверсифікацією виробництва;
	окремі види сільськогосподарської продукції характеризується нееластичністю попиту;
	ринкова ціна є результатом взаємодії сукупного попиту і пропозиції
	основна частина виробленої продукції проходить кілька каналів розподілу оптових і роздрібних посередників

Рис. 1. Особливості агромаркетингу [3, 5, 7]

Сфера сільського господарства це взаємопов'язаний ланцюг сукупності підприємств які взаємодіють між собою в процесі виробництва, переробки та доставки до кінцевого споживача щодо забезпечення населення продуктами харчування та товарах, вироблених з агропромислової сировини (рис. 2).

ТОВ АПК «МАЇС» займає провідні позиції на ринку, перш за все, завдяки роботі команди висококласних професіоналів, їх відповідального підходу до загальної справи, постійного прагнення до вдосконалення і розвитку, впізнаного бренду на українському насіннєвому ринку (рис. 3) та поважного ставлення до кожного клієнта.

Основними напрями діяльності компанії «Маїс» на сьогодні є насінництво, тваринництво, садівництво, переробка соків прямого віджиму, горіхівництво, бджолярство а також виробництво зернових культур та надання рекомендацій щодо агротехніки та особливостей вирощування. Вся продукція сертифікована та запатентована, агрономи-консультанти, менеджери підтримують тісні зв'язки із сільгоспвиробниками щодо вирощування гібридів, задля досягнення найвищої урожайності.

Рис. 2. Взаємопов'язаний ланцюг галузей АПК [8]

Впізнаний бренд на українському насіннєвому ринку	• Однією з перших фірм аграрного сектору економіки визначила наукові дослідження для свого бізнесу пріоритетним напрямком.	Концентрація найдосвідченіших фахівців у сфері вирощування та доробки кукурудзи на насіння забезпечили лідируючі позиції Маїсу за об'ємами виробництва та рівнем якості власної продукції

Рис. 3. Вектори динамічного розвитку ТОВ АПК «МАЇС [2]

Серед українських компаній компанія «МАЇС» №1 за кількістю зареєстрованих продуктів, № 1 по потенційної можливості насіннєвих заводів і № 1 за кількістю реалізованих насіння гібридів кукурудзи серед приватних підприємств [2].

«МАЇС» бере участь у різноманітних міжнародних агрофорумах, що дозволяє їй продемонструвати переваги своїх гібридів сільгосптоваровиробникам України. У щорічному Національному рейтингу якості товарів та послуг 2017 року насіння кукурудзи, соняшнику, сої здобули високу оцінку на національному рівні. На І Національному конкурсі соків прямого віджиму в рамках ХХ Міжнародної виставки World Food Ukraine соки торгової марки «НАЙСІК» визнані переможцями та нагороджені дипломами у всіх чотирьох номінаціях [2]. Маркетингові ринкові можливості компанії представлені рис 4.

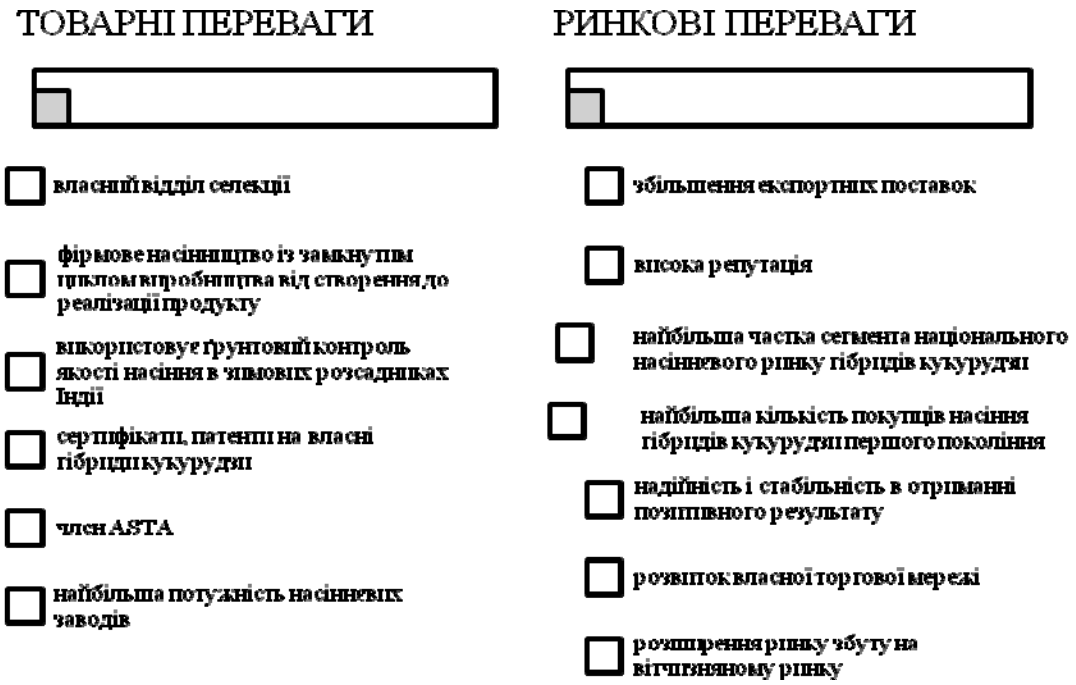


Рис. 4. Маркетингові ринкові можливості компанії «Маїс»

Отже, можна зробити наступні висновки:

– Україна володіє найбільш сприятливими природно-кліматичними умовами для розвитку сільського господарства, проте галузь не досягла високотехнологічного розвитку як в інших державах.

– ТОВ АПК «Маїс» володіє чималим набором сильних сторін в селекції які в перспективі можуть перетворитися на можливості та вивести компанію на новий рівень.

Література:

1. Бурова О. М. Особливості процесу формування системи агромаркетингу на підприємствах АПК / Бурова О.М. // Таврійський науковий вісник. – № 78. – С. 196 – 201
2. Група компаній «МАЇС» [Електронний ресурс]. – Режим доступу: https://mais.ua/pro-kompaniyu/prezentatsiya-kompaniji-2/
3. Дем'яненко С. І. Менеджмент аграрних підприємств : навч. посібник / С. І. Дем'яненко. – К. : КНЕУ, 2005. – 347 с.
4. Мельничук О. І. Особливості маркетингової діяльності аграрних підприємств /О. І. Мельничук // Науковий Вісник Ужгородського університету. Серія: Економіка. – 2013. – № 2. – С. 171-175
5. Островський П.І. Аграрний маркетинг : навчальний посібник для вузів/ П.І. Островський. – К. :Центр учбової літератури, 2006. – с. 240
6. Руделіус В. Маркетинг : підручник / В. Руделіус [та ін.] ; ред.–упор. О. І. Сидоренко, Л. С. Макарова. – К. : Навчально-методичний центр «Консорціум із удосконалення менеджмент-освіти в Україні», 2008. – 648 с.
7. Эриашвили Н. Д. Маркетинг. Принципы и технология маркетинга в свободной рыночной системе : учебник для вузов/ К. Ховард, Н. Д. Эриашвили, Б.А. Соловьев, Ю.А. Цыпкин. Под ред. Н.Д. Эриашвили. – М. : Банки и биржи, ЮНИТИ, 1998.–255 с.
8. Якубовська Н. В. Розвиток агромаркетингу як базової коцепції ринкової діяльності сільськогосподарських підприємств / Н. В. Якубовська. // Вісник Хмельницького національного університету./ Економічні науки. – 2011. – № 3. – Т. 3. – С. 180–183

Tarasov I.Y.,
Ph.D., Associate Professor
Kofan E.,
undergraduate
Partyka D.
undergraduate
Kharkiv State University of Food Technology and Trade (Ukraine, Kharkiv)

CONSUMERS' APPREHENSION OF RESTAURANT HOUSEHOLDS' ADVERTISING FACILITIES

Тарасов І.Ю.,
канд. екон. наук, доцент
Кофан Є.,
магістрант
Партика Д.
магістрант
Харківський державний університет харчування та торгівлі

СПРИЙНЯТТЯ СПОЖИВАЧАМИ РЕКЛАМНИХ ЗАСОБІВ ПІДПРИЄМСТВ РЕСТОРАННОГО ГОСПОДАРСТВА

The article deals with the results of marketing research concerning consumer attitude to the use of advertising facilities by restaurant enterprises. The list of promising tools is substantiated, depending on the classification of the enterprise, which can increase its communication efficiency.

Key words: *enterprises of restaurant economy, consumers, respondents, advertising, advertising facilities.*

У статті розглянуто результати маркетингового дослідження стосовно споживчого відношення до використання підприємствами ресторанного господарства рекламних засобів. Обґрунтовано перелік перспективних засобів, в залежності від класифікації підприємства, здатних підвищити його комунікаційну ефективність.

Ключові слова: *підприємства ресторанного господарства, споживачі, респонденти, реклама, рекламні засоби.*

Сучасний стан вітчизняного ринку характеризується високим ступенем динамізму. Разом з тим, в економіці країни спостерігаються деякі кризові явища, продовжується режим АТО на сході, зниження купівельної спроможності населення. В цих умовах у діяльності вітчизняних підприємств суттєво підвищується значення та правильне, грамотне використування нових напрямків і засобів маркетингової та рекламної діяльності з метою залучення нових клієнтів та підвищення (підтримки) рівня їх прибутковості та конкурентоспроможності. Рекламна діяльність стає усе більш функціональним механізмом, здатним у максимальному ступені відбивати й ілюструвати маркетингові стратегії рекламодавців, що є наслідком реалізації рекламних кампаній з позицій, сформованих у результаті дослідження ринку, асортиментної політики, очікувань і намірів споживачів.

Питаннями реклами займались видатні вітчизняні та закордонні фахівці, а саме: Сендидж Ч., Фрайбургер В., Ротцол К., Ривз Р., Дейан А., Картер Г., Огілві Д., Дьячук І., Ромат Є.В., Примак Т., Лук′янець Т. та ін.

Підприємства ресторанного господарства (ПРГ) мають ряд особливостей. Якщо більшість підприємств інших галузей обмежуються виконанням лише однієї або двох функцій, наприклад підприємства торгівлі – реалізацію продукції, то підприємства ресторанного господарства виконують три взаємопов'язані функції:

- виробництво кулінарної продукції;
- реалізацію кулінарної продукції;
- організацію її споживання. [1]

Таким чином, ключова мета діяльності ПРГ полягає в задоволенні потреб населення в організації харчування та дозвілля за допомогою вироблених або покупних продуктів та послуг. [2, с.302]

Тенденції на ринку ПРГ досить тісно пов’язані з рівнем соціально-економічного розвитку держави, характером динаміки доходів та структурою витрат населення, зміною кон’юнктури споживчого ринку, зміною структури попиту та пропозиції, зміною споживчих запитів та переваг та рівнем автоматизації бізнес-процесів. [3]

Забезпечення ПРГ інформацією дає уяву про передбачувані і реальні результати маркетингових (рекламних) заходів, динаміку й можливу ефективність їхнього впливу на ринок і відвідувачів, а так само дозволяє ефективно управляти рекламною і усією виробничо-господарською діяльністю структурної одиниці. Крім перерахованого вище, дослідження дозволяють оцінити реакцію на здійснювані чи заплановані заходи, налагодити двосторонній зв'язок з різними елементами ринку, виявити чинники, що сприяють залученню стійкого контингенту постійних клієнтів, одержати уяву про реакцію на рекламні дії, стимулювати пошук і генерацію ідей. У результаті як кількісних, так і якісних досліджень з'являються значні бази даних для розробки стратегії і тактики рекламної діяльності.

Реклама є одним з діючих знарядь спрямованих на модифікування поводження реципієнта, залучення його уваги, створення позитивного образу, демонстрації суспільної значимості і корисності товару (фірми, ПРГ) орієнтована на залучення відвідувачів у підприємства.

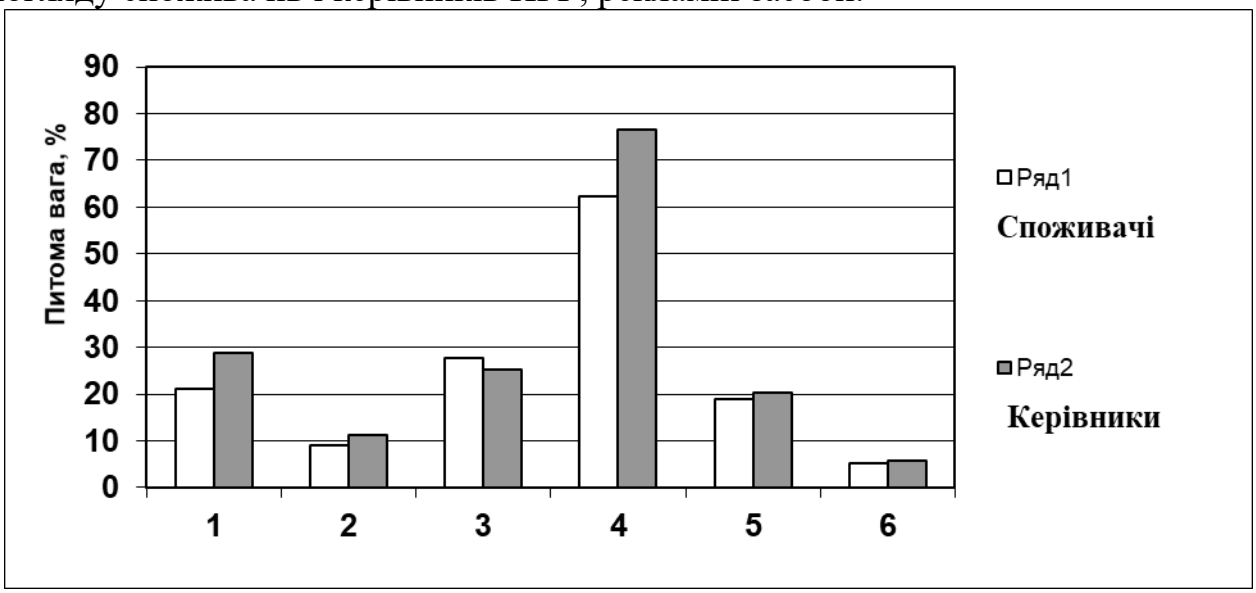
Незважаючи на те, що здійснення повного контролю над діями адресата, під впливом рекламного звертання, неможливо, воно здатне надати визначену інформацію про підприємство, знизити рівень недовіри, сформувати і стимулювати попит, і, відповідно, «підштовхнути» споживача до очікуваних від нього дій.

Для з'ясування сучасного стану викладеної проблеми в ПРГ нами була проведена визначена робота, об'єктом якої були як клієнти, так і керівники підприємств. При цьому була поставлена задача, з'ясування їх відношення до реклами ПРГ і вибору найбільш перспективних, з їхнього погляду, засобів.

Вибіркова сукупність респондентів склала 1000 осіб серед потенційних клієнтів ПРГ та 140 керівників. Відповіді респондентів-споживачів було

згруповано за статевими, віковими ознаками, родом занять, сімейним та матеріальним станом.

На рис. 1 надано результати дослідження про найбільш перспективні, з погляду споживачів і керівників ПРГ, рекламні засоби.



де, 1 – газети; 2 – журнали; 3 – радіо; 4 – телебачення; 5 – друковані засоби; 6 – інші.

Рис. 1. Найбільш ефективні засоби реклами

Надані дані свідчать про деякі відмінності, які виражено у відносних показниках. Так, і споживачі, і керівники, найбільш ефективним засобом вважають телебачення, а їхній рівень складає відповідно 62,2% і 76,06% від загальної кількості респондентів у кожній із груп. Другим, по значимості, засобом, є радіо (27,58% і 25,35%); далі газети (21,1% і 28,87%), друковані засоби (19,01% і 20,42%), журнали (9,12% і 11,27%) і інші засоби (5,27% і 5,63%).

Угруповання відповідей респондентів – фізичних осіб показало, що ранжирування рекламних засобів зберігається в такій же послідовності у всіх означених групах з невеликими відхиленнями.

Аналіз угруповання підприємств свідчить про деякі відмінності. Так, серед відповідей керівників ресторанів, орієнтованих на заможних споживачів, питома вага телебачення значно перевищує загальні дані результатів дослідження.

Отримані під час маркетингового дослідження дані здатні оптимізувати витрати ПРГ на рекламну діяльність через вибір найбільш перспективних для них (у залежності від типу підприємства та сегменту, що обслуговується) засобів.

Література:

1. Томаля Т.С. Імідж підприємств ресторанного господарства. /Т.С. Томаля, Н.С. Амонс // Вісник Хмельницького національного університету 2015, № 5, Т. 1. с. 39 – 42.
2. Гінда М.І. Тенденції розвитку ресторанного господарства. // Збірник матеріалів Всеукраїнської науково-практичної конференції "Актуальні проблеми економіки та управління в умовах системної кризи" (м. Львів, 29.11.2016 р.). - Львів: МАУП, 2016. - Ч.1. - 360 с. - с.301-306.

3. Гросул В.А. Тенденції сучасного розвитку ресторанного господарства в Україні та харківській області. / В.А. Гросул, Т.П. Іванова // Науковий вісник Ужгородського університету, № 49, 2017, Т.1. - С. 143-149.

15. PSYCHOLOGY, PEDAGOGY, EDUCATION, PHILOSOPHY AND PHILOLOGY

Knysh I. V.,
Doctoral Researcher of the Department of Management
and Innovative Technologies of Socio-Cultural Activity,
National Pedagogical Drahomanov University, Kyiv, Ukraine

NOMADISM AND SEDENTARISM IN THE MODERN HUMANITARIAN DISCOURSE

Інна Василівна Книш,
докторант кафедри менеджменту
та інноваційних технологій соціокультурної діяльності,
Національний педагогічний університет імені М. П. Драгоманова, м. Київ, Україна

НОМАДИЗМ І СЕДЕНТАРИЗМ У СУЧАСНОМУ ГУМАНІТАРНОМУ ДИСКУРСІ

Abstract. *From the position of sedentarism which emanates from the linearity, nomadism is considered as a negative phenomenon in culture; while studying it, happens the immobilization of an object or an observer and the cease of movement. The article considers the concepts of «sedentarism», «nomadism», «mobility», «neo-tribes» and their explication in the modern humanitarian discourse. The author offers to introduce a new interpretation of the term «mobilizing» in the meaning of supplying people with mobile gadgets and devices. It has been emphasized that at the present stage there occurs the change of priorities, values, methods, techniques, and tactics regarding the study of these phenomena in their familiar environment without immobilization, that is, the consideration of a man as a nonlinear system through inactivated cognition.*

Key words*: sedentarism, nomadism, nomads, mobility, neo-tribes, discourse, mobilizing.*

Анотація. *Зазначено, що з позицій седентаризму, який виходить із лінійності, номадизм розглядається як негативне явище в культурі, під час вивчення якого відбувається знерухомлення об'єкта чи спостерігача і припинення руху. Розглянуто поняття «седентаризм», «номадизм», «кочівництво», «мобільність», «неоплемена» та їх експлікації в сучасному гуманітарному дискурсі. Запропоновано введення нового потрактування терміну «мобілізування» – як оснащення людини мобільними пристроями та засобами. Наголошено, що на часі зміна пріоритетів, цінностей, методів, методик, тактик щодо дослідження цих явищ у звичному для них середовищі без знерухомлення, тобто розгляд людини як нелінійної системи шляхом інактивованого пізнання.*

Ключові слова: *седентаризм, номадизм, кочівництво, мобільність, неоплемена, дискурс, мобілізування.*

Реалії сучасного світу, пов'язані з мобільністю, що постійно зростає, рухливістю не тільки людей, а й речей, актуалізують потребу пошуків нового інструментарію, що дозволяє побачити та дослідити рух у самому русі. Поширені методи історії, соціології, філософії, ґрунтовані на теорії седентаризму (від англ. *sedentary* – осілий), на думку Олексія Шлякова, передбачали обов'язкове зупинення або рухомого об'єкта, або спостерігача. За такого підходу в дослідженні руху втрачалося найголовніше: власне рух. Натомість номадологія дозволяє включити його в саму процесуальність, що

вможливлює виявлення нової якості постмодерної соціальності – номадизму, глобального кочівництва [9, с. 204].

Власне термін «седентаризм», як зазначає Елері Бітікчі, на відміну від саудівського орієнталізму, утворений не від назви дисципліни «Сходознавство», що її логічніше було б назвати «Кочівникознавство» або номадизм. Седентаризм, який за організацією подібний до європоцентризму і дослівно може бути інтерпретований як осілоцентризм, – це уявлення та стереотипи осілого світу про кочівників, що склали підґрунтя наукового знання про них як про диких, нецивілізованих грабіжників, не здатних щось створювати самостійно. Він панував у радянській науці про кочівників, і його вплив досі відчувається в наукових колах пострадянських суспільств. Ідеться про 700-річні упередження проти кочівників, збережені в літературних, мистецьких, археологічних, етнографічних тощо джерелах [2; 3].

Отже, уявлення і стереотипи, притаманні седентарному світогляду та спрямовані на знерухомлення об'єкта чи спостерігача і припинення руху, зумовлювали сприйняття номадизму як негативного явища в культурі. Вивчаючи його, седентари виходили з власних світоглядних засад: прагнули спіймати невловиме, пізнати непізнаване, тобто адаптувати кочівництво до визначальних рис власної свідомості – осілості та нерухомості, в чому і полягала їх велика помилка. Натомість кочівники постійно намагалися чинити опір будь-якому втручанню, зокрема й седентарів, у свій світ, чим, як ми вважаємо, і заслужили на негативне до себе ставлення з їх боку. Тут доречними видаються слова ваганта-номада Григорія Сковороди: «Світ ловив мене, та не спіймав», що до них можна додати: не наздогнав, не пізнав, а отже, не зрозумів і не усвідомив.

Із середини XIX століття винайдення, впровадження і розповсюдження різноманітних винаходів, а згодом й ІКТ, у всі галузі життєдіяльності європейців, у тому числі й виробничу, радикально змінило напрям розвитку суспільства, зумовивши появу мобільності, номад і неоплемен. Спершу наведемо деякі визначення цих термінів.

Дослідники Джейн Локхлайн і Вінсент Кауфман потрактовують концепт «мобільність» [11; 12] у кількох аспектах: 1) на позначення чогось рухомого або здатного до руху (мобільність – це властивість речей і людей («новий мобілітет» [14])); 2) як «натовп» (*mob*) – неорганізоване зібрання, на противагу якому виникає «розумний натовп» (*smart mob*) [15, с. 309–335]; 3) як соціальну мобільність [7, с. 295–296]; 4) як тривалу мобільність (міграцію, географічне пересування), що означає рух у пошуках «кращого життя» [8, с. 75]. Така різноманітність і багатозначність визначень мобільності, вочевидь, є підтвердженням непересічної уваги фахівців у різних галузях науки до цієї проблеми. Водночас немає і не може бути однозначної дефініції, оскільки немає меж мобілізуванню (під цим терміном ми розуміємо оснащення людини мобільними пристроями та засобами), про що свідчать постійно оновлюванні винаходи та породжувані ними нові концепти номадизму.

Кочівники, або **номади** (через фр. *nomade* з грец. *νομάδες* від *νέμω* – випасаю (худобу)), – це окремі люди, спільноти або цілі племена і народи, що з

економічних, традиційно-культурних або інших причин не мають постійного нерухомого житла та пересуваються з одного місця на інше. Здавна виокремлюють три різновиди кочівників: мисливці-збирачі, пастухи та торгівці, які займаються своєю справою всюди, куди потрапляють.

У сучасному світі кочівництво являє собою найбільш розповсюджений, а отже, глобальний за своїми наслідками феномен, коли, на думку дослідників, кочівник перетворюється на номада. Розглянемо це більш докладно. **Номади** (від давньогрецьк. *νομάς* (*νομάδος*) – пастух, кочівник, від праіндоєвроп. *nem* – розділяти) – це осучаснена назва кочівників (вважається, що номади з'явилися з появою ІКТ). Досліджуючи потужний потенціал інтеграції кочівницьких традицій сучасним урбанізованим і глобалізованим світом за збереження їх унікальності та самобутності, сучасний гуманітарний дискурс називає кочівниками первісні кочові племена, що мешкали на теренах євразійських степів, номадами – сучасних мобільних людей, а неоплеменами – тимчасові спільноти, які утворилися завдяки ІКТ.

Неоплемена (англ. *neo-tribes*) – тимчасові соціальні групи, що об'єднуються для певної мети, а потім розсіюються, переходячи в стан фрагментованої анонімності. У науковий обіг цей термін увів Мішель Маффесолі (фр. *Michel Maffesoli*) у праці «Le temps des tribus» [13]. Порівнюючи субкультури з первісними племенами, він виокремив їх спільні риси: наявність певної території, захист її кордонів, комплекс своєрідних ритуалів, зневажливе ставлення до «чужинців». Ці субкультури, як і сучасні неоплемена, всіляко намагаються протистояти соціальному негативу щодо атомізації та людському прагненню до об'єднання собі подібних.

На думку дослідника Зиґмунта Баумана, сучасні люди можуть швидко зібратись у плем'я і так само швидко розсіятися. На означення цього явища він ужив вислів «гардеробне суспільство», що складається з фланерів, блукачів, туристів і гравців [1, с. 141–147]).

У праці «Subcultures or neo-tribes?» [10] Енді Беннет (англ. *Andy Bennett*) вдався до спроби замінити застаріле, на його переконання, поняття «субкультура» новим – «неоплемена». Їх сутність він показав на прикладі плинних тимчасових об'єднань поціновувачів міської танцювальної музики.

Вільям Мітчелл у книзі «Я++: Людина, місто, мережі» [6] зазначив, що предмети побуту для цифрового кочівника змінили свій характер: «... функції, які колись виконувала архітектура, меблі та стаціонарне обладнання, тепер відходять імплантантам і переносним пристроям», що їх він називає «номадичними предметами». Побут втрачає постійність, що дозволяє цифровому кочівникові не брати безпосередню участь у його створенні. Технології «номадизму» змінюють систему праці, даючи змогу працювати дистанційно, поза офісом. Людина в пошуках роботи постає перед вибором: вести седентарний спосіб життя або стати номадом.

Таким чином, зазначені дослідники, розглядаючи феномени номадизму і неоплемен, прагнули з'ясувати передумови та причини їх появи, класифікувати їх, виокремити характерні ознаки тощо, використовуючи лінійні методи дослідження, що й призвело до негативних наслідків.

У сучасному світі номади та седентари перетворюються на складні об'єкти вивчення з використанням нелінійних методів. Про це свідчать релевантні дослідження сучасних науковців: так, Олена Князєва пропонує змінити методологію на підставі концепції інактивованого пізнання [4, с. 101–103], а Наталія Кочубей – розглядати людину як нелінійну систему, чиї рефлексивність, здатність до самоаналізу, особистісного самовибудовування і є, зокрема, проявами цієї нелінійності [5, с. 116]. Принагідно зауважимо, що вочевидь вона по-різному виявлятиметься під час дослідження номад і седентарів.

Таким чином, розглянувши номадизм і седентаризм та їх експлікації в сучасному гуманітарному дискурсі, можна зробити такі **висновки.** З позицій седентаризму номадизм розглядався як негативне явище в культурі, адже уявлення і стереотипи седентарного світогляду спричиняються до знерухомлення об'єкта чи спостерігача та припинення руху, пристосовуючи їх до своєї свідомості. Саме зі спробою зрозуміти та пояснити сутність кочівництва, виходячи з власного лінійного світогляду, і пов'язане негативне ставлення седентарів до номад. Але нині ситуація якісно змінилася: номади та їх об'єднання – неоплемена – розглядаються в їх середовищі існування без знерухомлення. І тут, на нашу думку, виникає потреба змінити пріоритети, цінності, методи, методики, тактики щодо їх дослідження і пояснення з урахуванням попереднього досвіду, тобто перейти до розгляду людини як нелінійної системи шляхом інактивованого пізнання.

Література:

1. Бауман З. От паломника к туристу [Электронный ресурс] / Зигмунт Бауман // Социологический журнал. – 1995. – № 4. – С. 133–154. – Режим доступа : http://jour.isras.ru/upload/journals/1/articles/218/submission/original/218-411-1-SM.pdf
2. Битикчи Э. Седентаризм – «научный» метод унижения кочевников [Электронный ресурс] / Элери Битикчи // ЦентрАзия. – 2014. – Режим доступа : http://www.centrasia.ru/newsA.php?st=1398701700
3. Битикчи Э. Седентаризм в исследовании кочевников (на примере дебатов о кочевом государстве) [Электронный ресурс] / Элери Битикчи // Центр Льва Гумилёва : евразийство и скифство. – Режим доступа : http://www.gumilev-center.ru/sedentarizm-v-issledovanii-kochevnikov-na-primere-debatov-o-kochevom-gosudarstve
4. Князева Е. Н. Творческий путь Франциско Вареллы: от теории автопоэзиса до новой концепции в когнитивной науке / Елена Николаевна Князева // Вопросы философии. – 2005. – № 8. – С. 91–104.
5. Кочубей Н. Синергетические концепты в нелинейных контекстах: сети, управление, образование / Наталья Васильевна Кочубей. – Saarbrûcken, Deutschland : Palmarium Academic Publishing, 2013. – 260 с.
6. Митчелл У. Дж. Я++: Человек, город, сети / Уильям Дж. Митчелл. – М.: Strelka Press, 2012. – 370 с.
7. Сорокин П. А. Человек. Цивилизация. Общество / Питирим Александрович Сорокин ; общ. ред., сост. и предисл. А. Ю. Согомонов ; пер. с англ. – М.: Политиздат, 1992. – 543 с.
8. Урри Дж. Мобильности [Электронный ресурс] / Джон Урри ; пер. с англ. А. В. Лазарева, вступ. ст. Н. А. Харламова. – М.: Праксис, 2012. – 576 с. – Режим доступа : http://socioline.ru/files/5/39/urri_dzh._-_mobilnosti_-_2012.pdf

9. Шляков А. В. Номадизм постмодерна: классификации моделей номадности / Алексей Владимирович Шляков // Исторические, философские, политические и юридические науки, культурология и искусствоведение. Вопросы теории и практики. – Тамбов : Грамота, 2015. – № 4 (54) : в 2 ч. Ч. I. – С. 204–207.
10. Bennett A. Subcultures or Neo-Tribes? Rethinking the Relationship between Youth, Style and Musical Taste / A. Bennett // Sociology. – Vol. 33. – No. 3 (August, 1999). – P. 599–617.
11. Lochlann Jain S. Urban errands: The means of mobility / Jain S. Lochlann // Journal of Consumer Culture. – 2002. – # 2 (3). – P. 419–438.
12. Kaufmann V. Re-thinking Mobility : Contemporary Sociology / Vincent Kaufmann. – Aldershot : Ashgate, 2002. – 110 p.
13. Maffesoli M. Le temps des tribus, le déclin de l'individualismedans les sociétés de masse / Michel Maffesoli // Communication & Langages Année. – 1988. – P. 120–121.
14. Makimoto T. Digital Nomad / Tsugio Makimoto, David Manners. – New York: Chichester : John Wiley, 1997. – 256 p.
15. Thrift N. The automatic production of space / Nigel Thrift, Shaun Frencht. –Transactions of the Institute of British Geographers. – 2002. – New Series, 27. – 312 p.

Khoruzha Olena,
Ph.D., Associate Professor,
Wang Yixing
Postgraduate student
Dragomanov National Pedagogical University (Ukraine, Kyiv)

ESSENCE AND CONTENT OF THE VOCAL COMPETENCE FOR FUTURE MUSIC TEACHER IN VOCATIONAL TRAINING

Хоружа О.В.
к.пед.н., доцент
Ван Їсін
аспірант факультету мистецтв
НПУ імені М.П.Драгоманова

СУТНІСТЬ ТА ЗМІСТ ВОКАЛЬНОЇ КОМПЕТЕНТНОСТІ МАЙБУТНЬОГО ВЧИТЕЛЯ МУЗИКИ У ПРОЦЕСІ ФАХОВОГО НАВЧАННЯ

The article is devoted to consideration using competence approach in the process of students' professional training in higher musical and pedagogical schools. The definition and the meaning of vocal competence in future Music teachers are presented.

Keywords: *competence approach, vocal competence, future teacher of music, vocational training, subject competence, educational environment.*

У статті розглянуто застосування компетентнісного підходу у процесі фахового навчання студентів вищих музично-педагогічних навчальних закладів. Обґрунтовано зміст та сформульовано визначення вокальної компетентності майбутніх учителів музики.

Ключові слова: *компетентнісний підхід, вокальна компетентність, майбутній вчитель музики, фахове навчання, предметні компетенції, навчальне середовище.*

Актуальність теми дослідження. В умовах підвищення суспільного інтересу в Україні та світі до вокального мистецтва, про що свідчить організація численних вокальних конкурсів (аматорських і професійних), які проводяться на регіональному, національному та міжнародному рівнях, важливого значення набувають процеси оптимізації фахового навчання

компетентних педагогів-вокалістів, вчителів музичного мистецтва [1; 2; 3; 8; 13; 14] Спрямованість процесу фахового навчання майбутніх учителів музики на набуття ними вокальної компетентності забезпечує підвищений суспільний попит на педагогічні кадри у галузі вокальної педагогіки та виконавства, здатні швидко і якісно працювати із співаками усіх вікових категорій, зокрема, із дітьми. Саме тому актуальність проблеми формування вокальної компетентності майбутніх педагогів-музикантів у процесі фахового навчання постійно зростає.

Формування вокальної компетентності майбутніх учителів музичного мистецтва як важливого чинника високого рівня професіоналізму передбачає залучення до процесу фахового навчання компетентнісного підходу. Пріоритетне застосування цього підходу, який, починаючи з середини 90-х років минулого століття, знаходиться у тренді педагогічних досліджень, обумовлюється глобалізаційними тенденціями, що охоплюють національні освітні системи. До прикладу, Рада Культурної Кооперації, яка функціонує при Раді Європи, розглядає компетентнісний підхід в якості ключового інструменту розвитку глобалізованого інтелектуально-освітнього простору, обґрунтовуючи ряд засадничих компетенцій сучасного фахівця [5; 6; 7; 12].

Дослідники у галузі теорії та методики музичного навчання також приділяли належну увагу проблематиці компетентнісного підходу, формуванню професійних компетентностей майбутнього вчителя музики. Зокрема, О.Щолокова, аналізуючи вплив застосування компетентнісного підходу на процес удосконалення фахового навчання майбутнього вчителя музики, стверджує, що саме на базі компетентнісного підходу «…формується нова педагогіка – педагогіка компетентності, відповідальності людини», причому сучасний вчитель музики «…повинен бути художньо-освіченою особистістю, тобто мати достатні компетенції у різних галузях мистецтва для здійснення своїх професійних функцій…» [9, с. 15].

Розгляд вокальної компетентності майбутнього вчителя музики у контексті фахового навчання на основі компетентнісного підходу передбачає розуміння змісту фахового навчання в якості сукупності процесуальних складових: вокальної підготовки, диригентсько-хорової підготовки, музично-теоретичної підготовки тощо, спрямованих на набуття студентами відповідних компетентностей (вокальної, диригентсько-хорової, музично-теоретичної тощо). У свою чергу, кожна з вищезазначених компетентностей підпорядковує ряд предметних компетенцій відповідно навчальних планів університету щодо запланованих нормативних і варіативних навчальних дисциплін.

Таким чином, навчальні дисципліни «Постановка голосу», «Спецкурс з постановки голосу», «Практикум з кваліфікації» забезпечують набуття студентами компетенції щодо ефективного провадження концертної, просвітницької вокально-виконавської діяльності. Навчальні дисципліни «Постановка голосу», «Спецкурс з постановки голосу», «Хоровий клас», «Хорове диригування», «Методика музичного виховання», «Виробнича педагогічна практика з музики» відповідають за набуття компетенцій щодо розвитку співацького голосу учнів з урахуванням вікових психолого-

фізіологічних особливостей, щодо ефективного провадження вокально-педагогічної діяльності на уроках музичного мистецтва в загальноосвітній школі, щодо організації та провадження колективного вокального музикування школярів під час позаурочної роботи та ін.

Таким чином, доцільно стверджувати, що процес фахового навчання майбутніх учителів музики, який включає комплекс вищезазначених навчальних дисциплін, являє собою навчальне середовище щодо формування вокальної компетентності. Адже процес фахового навчання майбутніх учителів музики володіє відповідним педагогічним інструментарієм, містить необхідні інтелектуальні складові, до яких належать учасники навчального процесу (студенти, професорсько-викладацький склад), а також штучні складові, до яких належать засоби вокального, музично-педагогічного навчання у процесі викладання вищеперерахованих навчальних дисциплін.

Застосування компетентнісного підходу дозволяє здійснити авторське уточнення визначення вокальної компетентності як сукупності інтегрованих, взаємозалежних особистісних якостей і утворень вчителя музики, що базуються на мотивації, здатності та досвіді щодо ефективного провадження вокально-педагогічної, вокально-виконавської, вокально-просвітницької фахової діяльності. Вокальна компетентність вчителя музики базується на комплексі предметних компетенцій, затверджених навчальними планами у музично-педагогічному ВНЗ, і формується на основі набутих і засвоєних знань щодо побудови голосового апарату, фізико-акустичних знань щодо особливостей вокального звукоутворення й звуковидобування, музично-історичних знань щодо заснування та розвитку вокальних шкіл, теорій співу, музично-теоретичних знань щодо стилів та жанрів вокального мистецтва, творчості композиторів та виконавців-вокалістів, а також практичних знань, умінь і навичок у галузі вокальної педагогіки та виконавства. Вокальна компетентність вчителя музики здійснює узагальнене відображення особливостей організації і втілення музично-педагогічного досвіду щодо теорії та методики постановки голосу, вокального виконавства та просвітництва.

З огляду на вищезазначене, доцільно констатувати, що саме залучення компетентнісного підходу дозволяє розглядати фахове навчання майбутніх учителів музики в якості середовища для формування їх вокальної компетентності, а також стверджувати, що вокальна компетентність є цілісним феноменом із складною багатокомпонентною структурою, яка базується на комплексі відповідних предметних компетенцій.

Література:

1. Бодрова Т.О. Методична підготовка майбутніх учителів музики в контексті універсальних принципів загальної та мистецької освіти / Т.О.Бодрова // Innovative processes in education: Collective monograph. − AMEET Sp. z o.o., Lodz, Poland,2017. − P. 26−39.
2. Петько Л.В. Виховний і професійний аспекти музично-педагогічної спрямованості навчання іноземної мови студентів ВНЗ у системі музично-педагогічної освіти / Л.В.Петько // Музика та освіта. − 2013. – № 3. – С. 14–18.

3. Петько Л.В. Робота над піснею в курсі англійської мови як один із засобів професійної підготовки студентів гуманітарних спеціальностей ВНЗ / Л.В.Петько // Іноземні мови.– 2011. – № 1 – С. 44–48.
4. Овсієнко Л.М. Сутність поняття «компетенція», «компетентність», «компетентнісний підхід», «якість освіти» у світлі сучасної освітньої парадигми / Л.М.Овсієнко // Науковий вісник Донбасу. – 2013. – № 2. [Електронний ресурс] – Режим доступу: http://nbuv.gov.ua/UJRN/nvd_2013_2_32.
5. Овсиенко О.Н. Трансформация системы подготовки будущих педагогов в Украине: компетентностный аспект / О.Н.Овсиенко // Вестник Казанского государственного университета культуры и искусств. – 2017. – С.
6. Паньків Л.І. Особливості підготовки майбутнього вчителя до керівництва музичними колективами школярів /Л.І. Паньків // Наукові записки: зб. наук.ст. – К.: НПУ, 2003. – Вип. 52. – С. 101−110 с.
7. Рекомендація Європейського Парламенту і Ради 2008/С 111/01 «Про встановлення Європейської кваліфікаційної структури для можливості отримати освіту протягом усього життя» від 23 квітня 2008 року [Електронний ресурс] – Режим доступу: http://zakon4.rada.gov.ua/laws/ show/994_988.
8. Чурікова-Кушнір О.Д. Формування вокально-хорової культури майбутнього вчителя музики / О.Д.Чурікова-Кушнір, Л.І.Паньків // Вісник Луганського національного університету імені Тараса Шевченка. Педагогічні науки. – 2013. – Вип. 18 (2). – С. 143−152
9. Щолокова О.П. Компетентнісний підхід у просвітницькій діяльності вчителя музики / О.П.Щолокова // Науковий часопис національного педагогічного ун-ту імені М.П. Драгоманова. Серія 14. Теорія і методика мистецької освіти: зб. наук. праць. − 2011. – Вип. 11 (16). – С. 15−19.
10. Хоружа О.В. Компонентна структура етнопедагогічного мислення майбутнього вчителя музики // Науковий часопис НПУ імені М.П. Драгоманова. Серія 14. Теорія і методика мистецької освіти: зб. наук. пр / Гуманістичні орієнтири мистецької освіти: матеріали III міжнар. наук-практ. конф. (Київ, 22-24 квітня 2009 р.). – К. : НПУ імені М.П.Драгоманова, 2007. – Вип. 7 (12). – С. 116−122.
11. Khoruzha Olena, Wang Yixing. The main stages of forming vocal and pedagogical erudition in the future Music teacher // Science and society: Collection of scientific articles. – Edizioni Magi, Roma, Italia, 2017. − P. 452−456.
12. Pet'ko Lyudmila. Preparing higher school graduates in foreshortening of leader competencies for 2020 / Lyudmila Pet'ko // Topical questions of contemporary science: Collection of scientific articles. – Aspekt Publishing of Budget Printing Center, Taunton, MA 02780, United States of America, 2017. − P. 467−472.
13. Pet'ko Lyudmila. Translation of poetry as a way to knowledge and development of students' culture / Lyudmila Pet'ko // Science and practice: an innovative approach: Collection of scientific articles. – Les Editions L'Originale, Paris, France, 2017. − P. 303−308.
14. Ternopilska V.I. Theoretical aspects of the phenomenon «aesthetic sense» // Perspective directions of scientific researches: Collection of scientific articles. – Agenda Publishing House, Coventry, United Kingdom, 2016. − P. 339−344.

Scherban Tetyana,
Doctor of Psychology, Professor
Demyan Yaroslava
Candidate of Economic Sciences, Senior Lecturer of the Department of Management of Economic Processes
Mukachevo State University (Mukachevo, Ukraine)

INVESTIGATION OF ANXIETY IN THE PROCESS OF LIFE PROSPECTS FORMATION OF BOYS ACCORDING TO THE GENDER CRITERION

Щербан Т.Д.,
доктор психологічних наук, професор,
Дем'ян Я.Ю.
кандидат економічних наук, старший викладач кафедри менеджменту та управління економічними процесами
Мукачівський державний університет

ДОСЛІДЖЕННЯ ТРИВОЖНОСТІ В ПРОЦЕСІ СТАНОВЛЕННЯ ЖИТТЄВИХ ПЕРСПЕКТИВ ЮНАКІВ З ГЕНДЕРНИМ КРИТЕРІЄМ

The results of the study of gender differences of anxiety expression in the process of life prospects formation has been presented in the article. The formation of a coherent life perspective in adolescence is the evidence of the potential for the future personal development and is the main factor, on which the further personal life and the level of an individual social efficiency and success depends on. The obtained empirical results: confirm the absence of a single trend of anxiety in adolescence; testify a higher level of anxiety demonstration in girls.

***Key words**: life perspectives, vital values, gender differences, anxiety, self-identification.*

У роботі представлено результати дослідження гендерних відмінностей вияву тривожності в процесі становлення життєвих перспектив. Становлення узгодженої життєвої перспективи у юнацькому віці є свідченням наявності потенціалу розвитку особистості у майбутньому та виступає основним фактором, від якого залежить подальше життя людини та рівень її соціальної ефективності й успішності. Отримані емпіричні результати: підтверджують відсутність єдиного тренду тривожності у підлітковому віці; свідчать про вищий рівень прояву тривожності у дівчат.

***Ключові слова:** життєві перспективи, життєві цінності, гендерні відмінності, тривожність, самовизначення.*

В ранній юності проблема планування свого майбутнього стає актуальною. Ядром процесу становлення життєвих перспектив самовизначення особистості. Практично, стало загальноприйнятим розглядати особистісне самовизначення психологічним новоутворенням раннього юнацького віку, оскільки саме у ньому з'являється найбільш істотне і важливе в обставинах життя старшокласників. Життєві цінності вивчають у двох площинах, між якими існує динамічне співвідношення. Цими площинами є усвідомлення провідних життєвих цінностей і всього, що є безпосередньо доступним, пов'язаним з їх здійсненням. Усвідомлення співвідношення цих двох площин - бажаного і доступного - впливає на становлення життєвої перспективи в ранній юності.

Дорослішання як процес соціального самовизначення є багатомірним та багатогранним. В юності особливо інтенсивно розвивається сприймання себе як особи певної статі з характерними потребами, мотивами, ціннісними орієнтаціями, ставленням до представників протилежної статі та відповідними формами поведінки. Всі суперечності та труднощі дорослішання найяскравіше проявляються у формуванні життєвої перспективи.

Головні досягнення в соціально-психологічному розвитку юнаків (внутрішня духовна сила, самоусвідомленість, готовність до самостійного дорослого життя) виразно супроводжуються тривожністю, емоційністю. Тривожність обумовлена, в першу чергу, вирішенням основної проблеми даного віку – побудові життєвої перспективи, а саме усвідомленням власних можливостей щодо її реалізації (або щодо реалізації життєвих цінностей).

Мета дослідження полягає в дослідженні гендерних відмінностей вияву тривожності в процесі становлення життєвих перспектив.

Дана проблема знайшла своє відображення у працях багатьох психологів, а саме С.Холла, Е.Шпрангера, Ш.Бюллер, К.Левіна, Ж.Піаже, Е.Еріксона. Л.С.Виготський, О.М.Леонтьєв, Б.Г.Ананьєв, Д.Б.Ельконін, Л.І.Божович. Науковці розглядають даний період з точки зору зміни соціальної позиції особистості. Активні пошуки свого місця в житті, планів на майбутнє на основі визначення покликання - все це й створює особливу соціальну ситуацію формування особистості у даний віковий період.

Становлення узгодженої життєвої перспективи у юнацькому віці є свідченням наявності потенціалу розвитку особистості у майбутньому та виступає основним фактором, від якого залежить подальше життя людини та рівень її соціальної ефективності й успішності. Але, на жаль, за цим приховується й негативний момент: образи майбутнього у юнака орієнтовані перш за все на результат, а не на засоби його досягнення, тобто немає стратегій досягнень. І також слід підкреслити, що рання юність є етапом професійного самовизначення, де юнаки повинні визначитися, зробити свій вибір у професійному плані, а отже й вибір життєвої перспективи.

Побудова юнаком своєї життєвої перспективи безпосередньо пов’язана з його уявленням про доступність тих чи інших цінностей у реальному майбутньому. Якщо оцінка юнаком важливості (цінності) тієї чи іншої сфери життя не співпадає з його уявлення про доступність цієї сфери для себе, то можна говорити про наявність у нього психологічної проблеми в цій області. Ці проблеми можуть бути двобічними: у випадку, якщо будь-яка життєва сфера має для юнака значущу цінність, але при цьому він оцінює її як недосяжну для себе, тоді можна говорити про наявність внутрішнього психологічного конфлікту. Усвідомлюючи важливість та значимість даного процесу юнаки не можуть не відчувати та демонструвати тривожність та емоційність.

Тривожність як риса особистості, означає мотив або придбану поведінкову диспозицію, яка зобов'язує індивіда до сприйняття широкого кола об'єктивно безпечних обставин, як такі що містять загрозу, спонукаючи реагувати на них станами тривоги, інтенсивність яких не відповідає величині реальної небезпеки. Шкала реактивної і особистісної тривожності Спілбергера є

унікальною методикою, що дозволяє диференційовано вимірювати тривожність і як особистісну властивість, і як стан.

Дослідна робота спрямовувалася на аналізу гендерно-вікових відмінностей вияву тривожності. Вибірку досліджуваних склали учні Мукачівської гімназії в кількості 60 осіб, з них 29 дівчат та 31 хлопець. Для аналізу гендерних відмінностей визначення тривожності використано методику Ч.Д. Спілберга, Ю.Л. Ханіна.

Ч.Спілбергер пояснював тривожність як мотив чи поведінкову диспозицію, яка направляє індивіда до сприймання широкого кола безпечних об'єктів як небезпечних [4]. При ситуації як загрозливої, виникає Т-стан (ситуаційна тривожність), інтенсивність якого пропорційна когнітивній оцінці загрози. Сила і тривалість ситуаційної тривожності залежить від зовнішніх особливостей ситуацій, Т-диспозиції, оціночної ефективності успішних дій, впливу зворотнього зв'язку на поточний стан. Ситуаційна тривожність є першою емоційною реакцією (ситуативною) на різні стресори і тому є невід'ємною частиною емоційної змінної в будь-якій значимій діяльності.

Особистісна тривожність як риса диспозиція, дає уявлення про індивідуальні відмінності в схильності до впливу різних стресорів. Отже, мова йде про відносно стійку здатність людини сприймати загрозу своєму «Я» в окремих ситуаціях і реагувати на них підвищенням ситуаційної тривожності.

Зазначають, що особистісна тривожність залежить від особливостей ситуацій і взаємодії особистості з ситуацією. Саме тому виділяють або загальну неспецифічну особистісну тривожність, або специфічну особистісну тривожність, характерну лише для певного класу ситуацій (наприклад, людина тривожиться лише тоді, коли вона має виступати перед великою аудиторією). В першому випадку особистісна тривожність має хронічній і незв'язаний з особливостями ситуації характер: високотривожні суб'єкти в більшості ситуацій будуть відчувати більш високу ситуаційну тривожність, ніж низькотворні. Тому індивіди з неспецифічною особистісною тривожністю, як правило, відчувають тривогу в одних ситуаціях і почувають себе досить комфортно в інших [4, с.100] .

Таблиця 1

Результати оцінки рівня ситуативної та особистісної тривожності (за методикою Ч.Д. Спілберга, Ю.Л. Ханіна)

Респонденти		Ситуативна тривожність	Особиста тривожність
Разом	M	36,55	42,03
	σ	9,56	10,67
Хлопці	M	35,94	39,13
	σ	8,82	10,41
Дівчата	M	37,21	45,14
	σ	10,40	10,23

Результати вияву тривожності подано у таблиці. Стандартні відхилення свідчать про відсутність сильних коливань показників тривожності у досліджуваній вибірці, що доводить гомогенність вибірки досліджуваних за

даною ознакою Аналізуючи результати можемо зробити наступні висновки: дівчата демонструють більш високий рівень тривожності; особистісна тривожність у дівчат вища ніж у хлопців на 13%.

Отримані результати підтверджують відсутність єдиного тренду тривожності у підлітковому віці, адже існує ряд досліджень, де саме хлопці демонструють вищий рівень тривожності. Це дозволяє гіпотетично передбачати, що рівень тривожності є надзвичайно багатомірним феноменом, що має безліч факторів впливу, серед яких саме вікові особливості не є найбільш вагомим. Пошук факторів тривожності не був метою даного дослідження, тому базовим висновком ми вважаємо фіксацію факту підвищеної тривожності у досліджуваних респондентів обох статей, гомогенність вибірки та демонстрацію дівчатами вищого рівня тривожності взагалі, і особистісної зокрема.

Отримані результати, що свідчать про вищий рівень прояву тривожності у дівчат спонукають нас зробити припущення про те, що у них є більше страхів, тривожності та побоювань з приводу свого майбутнього. Оскільки тривожність це почуття страху і побоювання насамперед за майбутнє, тому немає більш ефективного психологічного шляхи впливу на ці особистісні якості, ніж зміна ставлення людини до майбутнього, формування та корекція майбутньої перспективи, а отже, і життєвої перспективи [1]. Перспективою подальшої роботи вважаємо необхідність розробки та апробації програми корекції тривожності у старших школярів.

Література:

1. 1.Головаха Е.И. Жизненная перспектива и ценностные ориентации личности / Е.И. Головаха // Психология личности в трудах отечественых психолгов. – СПб.: Питер, 2000. – С. 256-269.].
2. Корнієнко, І. О. Компоненти життєвого простору підлітків і юнаків / І. О. Корнієнко // Сучасні проблеми екологічної психології: місто та мегаполіс як середовище життєдіяльності : тези XI міжнародної науково-практичної конференції (14-16 травня). – Київ-Вінниця, 2015. – С.32-35. – [Електронний ресурс].
3. 3.Черняк, О. Гендерна соціалізація: Підлітковий досвід / О. Черняк // Психолог. – 2012. – №10. – С.46-49.
4. Ханин Ю. Исследование тревожности в спорте / Ю. Ханин. // Вопросы психологии. – 1978. - № 6. – С. 94-105.
5. Щербан Т.Д. Самосприйняття юнаків / Т.Д. Щербан, О.В. Ковач // Наука та освіта: актуальні проблеми досліджень на сучасному етапі: збірник тез доповідей Всеукраїнської науково-практичної конференції, 19-20 травня 2016 року / гол.ред. Т.Д. Щербан. – МДУ, 2016. – С.239-241.

График проведения Международных научно-практических конференций 2018 г.

Название конференции	Дата проведения	Последний срок подачи материалов	Срок выхода из печати эл.версии сборника
Science and innovation, Montreal, Canada	26.01.2018	25.01.2018	15.02. 2018
Science and education: trends and prospects, Taunton, United States of America	23.02.2018	22.02. 2018	15.03.2018
Problems of modern science, Namur, Belgium	30.03.2018	29.03.2018	15.04.2018
Problems of the development of modern science: theory and practice, Madrid, Spain	27.04.2018	26.04.2018	15.05.2018
Perspectives of modern scientific research, Lisbon, Portugal	25.05.2018	24.05.2018	15.06. 2018
Scientific research: global and local perspectives, Plovdiv, Bulgaria	29.06.2018	28.06.2018	15.07.2018
Synthesis of science and society in solving global problems, Vienna, Austria	27.07.2018	26.07.2018	15.08.2018
Fundamental and applied research, Melbourne, Australia	24.08.2018	23.08.2018	15.09.2018
Global challenges of contemporary issues, Paris, France	28.09.2018	27.09.2018	15.10.2018
Strategic research directions, Coventry, United Kingdom	26.10.2018	25.10.2018	15.11.2018
Actual scientific research, Rome, Italy	23.11.2018	22.11.2018	15.12.2018
Current directions of scientific research, Nuremberg, Germany	28.12.2018	27.12.2018	15.01.2019

E-mail: conferencii.com@gmail.com

Site: http://conferencii.com

График публикации коллективных научных монографий на 2018 год

Название конференции, исходные данные издательства	*Срок предоставления материалов*	*Срок выхода эл. версии*
ЭКОНОМИЧЕСКИЕ НАУКИ		
Информационная экономика: знание, конкуренция, рост. Montreal, Canada	28 января 2018	февраль 2018
Глобальные тенденции современного экономического развития. Madrid, Spain	28 февраля 2018	март 2018
Экономическая безопасность в условиях глобализации мировой экономики. Taunton, United States of America	28 марта 2018	апрель 2018
Инновационная экономика: проблемы и решения. Rome, Italy	28 апреля 2018	май 2018
Актуальные вопросы учета, анализа и аудита: теория, методология, практика. Melbourne, Australia	28 мая 2018	июнь 2018
Конкурентоспособность предпринимательских структур: особенности и перспективы. Coventry, United Kingdom	28 июня 2018	июль 2018
Проблемы экономики и менеджмента. Dublin, Ireland	28 сентября 2018	октябрь 2018
Роль финансово-кредитной системы в современных экономических условиях. Nuremberg, Germany	28 октября 2018	ноябрь 2018
Стратегическое управление и планирование в условиях трансформирующейся экономики. Lisbon, Portugal	28 ноября 2018	декабрь 2018
Формирование механизма устойчивого развития экономических систем. Plovdiv, Bulgaria	28 декабря 2018	январь 2019
ПЕДАГОГИКА, ПСИХОЛОГИЯ, ФИЛОЛОГИЯ, ФИЛОСОФИЯ, КУЛЬТУРОЛОГИЯ, СОЦИОЛОГИЯ		
Актуальные вопросы образования. Lisbon, Portugal	28 января 2018	февраль 2018
Проблемы и перспективы развития современной психологии, филологии, педагогики. Namur, Belgium	28 февраля 2018	март 2018
Социальная психология: теория и практика. Montreal, Canada	28 марта 2018	апрель 2018
Перспективные направления развития филологии, лингвистики, языкознания и коммуникативистики. Nelson, New Zealand	28 апреля 2018	май 2018
Методология педагогической и коррекционной психологии. Vienna, Austria	28 мая 2018	июнь 2018
Методология, теория и практика преподавания иностранных языков. Paris, France	28 июня 2018	июль 2018
Стратегии развития современной высшей школы. Rome, Italy	28 сентября 2018	октябрь 2018
Актуальные вопросы философии, социологии, культурологии, филологии. Coventry, United Kingdom	28 октября 2018	ноябрь 2018
Современные социально-политические процессы в мире. Nuremberg, Germany	28 ноября 2018	декабрь 2018

Социология и общество: вызовы и перспективы. Taunton, United States of America	28 декабря 2018	январь 2019
ГОСУДАРСТВЕННОЕ УПРАВЛЕНИЕ		
Административно-государственное управление: модели и механизмы. Nuremberg, Germany	28 января 2018	февраль 2018
Государственное управление: стратегии и перспективы. Coventry, United Kingdom	28 апреля 2018	май 2018
Государственное управление и самоуправление: теория, методология, практика. Taunton, United States of America	28 октября 2018	ноябрь 2018
ЮРИДИЧЕСКИЕ НАУКИ		
Судебная система на современном этапе развития. Nuremberg, Germany	28 января 2018	март 2018
Основные направления развития современной юриспруденции. Coventry, United Kingdom	28 апреля 2018	июнь 2018
Гражданское право и гражданский процесс: тенденции развития. Madrid, Spain	28 октября 2018	декабрь 2018
ТЕХНИЧЕСКИЕ НАУКИ		
Актуальные направления науки и техники. Coventry, United Kingdom	28 марта 2018	май 2018
Инновации в науке и технике. Nuremberg, Germany	28 октября 2018	декабрь 2018

Авторам выдаются справки об участии в разработке научных хозрасчетных тем:

ЭКОНОМИЧЕСКИЕ НАУКИ

1) Формирование механизма эффективного регулирования и управления экономической деятельностью предприятий (№ государственной регистрации 0113U007514).
2) Теория и практика управленческого и бухгалтерского учета, анализа и аудита деятельности субъектов хозяйствования (№ государственной регистрации 0113U007515).
3) Разработка концепции обеспечения экономической безопасности в условиях глобализации мировой экономики (№ государственной регистрации 0113U007516).
4) Проблемы социально-экономического развития предпринимательства (№ государственной регистрации 0114U006191).
5) Формирование и совершенствование механизма устойчивого развития экономических систем (№ государственной регистрации 0114U006192).
6) Повышение эффективности управления предприятиями различных организационно-правовых форм в условиях финансово-экономической нестабильности» (№ гос. регистрации 0114U006193).
7) Социально-экономические проблемы менеджмента (№ гос. регистрации 0114U006189).
8) Проблемы занятости и регулирования трудовых отношений в отраслях экономики (№ гос. регистрации 0114U006190).
9) Методологические и практические основы экономики природопользования» (№ гос. регистрации 0114U006194).

ПЕДАГОГИКА, ПСИХОЛОГИЯ, ФИЛОЛОГИЯ

1) Психолого-педагогические условия формирования личности на разных этапах реализации системы непрерывного образования.
2) Теоретико-методические основы разработки и внедрения новых методик и технологий обучения, воспитания, развития и социализации в условиях социально-экономического прогресса (педагогических инноваций).
3) Формирование и совершенствование механизмов управления образовательными системами в условиях гиперконкуренции и вызовов глобальной экономики.

E-mail: conferencii.com@gmail.com

Сайт: http://conferencii.com

Услуги издательства «Экономика и финансы»:

Вид	Стоимость
Разработка макета для издания в типографии и/или печать по макету автора различных видов полиграфической продукции: монографий (авторских и коллективных), книг, брошюр, учебников, учебных пособий, сборников статей и материалов конференций и других материалов в мягком и твердом переплете без ограничения тиража (от 1 до 1000 экземпляров)	**договорная**
Профессиональная корректура текста	**1 $ за 1 стр. А4**
Профессиональный перевод текста на: русский, английский, немецкий, французский и другие языки	**3-5 $ за 1800 знаков с учетом пробелов**
Присвоение выходных данных издательства и ISBN: **- Австралии,** **- Австрии,** **- Великобритании,** **- Германии,** **- США**	 **200 $** **200 €** **200 €** **200 €** **200 $**
Размещение научных работ в научной электронной библиотеке eLIBRARY.RU и в Российском индексе научного цитирования	**Договорная** (зависит от количества страниц)
Повышение квалификации (постоянно действующие международные семинары-стажировки): - **Польша (200-800 $),** - **Великобритания (100-300 €),** **форма участия – заочная,** с выдачей **сертификата международного образца**	**Согласно программы стажировки**

Редакция научного журнала "ЭКОНОМИКА И ФИНАНСЫ" приглашает к сотрудничеству в рамках опубликования научных статей докторов и кандидатов наук, молодых ученых, докторантов, аспирантов, соискателей, адъюнктов, магистрантов, студентов, молодых специалистов, преподавателей, научных работников, практиков.

ISSN 2311-3413
Журнал включен в международные наукометрические базы:

Российский индекс научного цитирования (РИНЦ)
Index Copernicus International (импакт-фактор 2016 ICV 74.6)
Ulrich's Periodicals Directory

Полные тексты статей представлены в Научной электронной библиотеке **eLIBRARY.RU**

Периодичность - 1 раз в месяц

Язык издания: русский, английский.

Прием статей – до 28 числа каждого месяца.

К публикации принимаются статьи, оформленные в соответствии со следующими требованиями:

1. Объем статьи – 10-25 страниц, включая иллюстрации, таблицы, графики, список литературы.

- поля верхнее и нижнее, левое и правое – 2,0 см.
- межстрочный интервал – 1,5
- шрифт «Times New Roman» – 14
- абзацный отступ – 1,25 см (не допускается создание отступа с помощью клавиши Tab и знаков пропуска);
- текст выравнивается по ширине;
- ориентация – книжная, без переносов, без постраничных сносок.

2. Ссылки на источники необходимо делать по тексту в квадратных скобках с указанием номеров страниц в соответствии источником. Например: [2] или [5, с. 131].

3. Список литературы приводится в конце статьи в алфавитном порядке.

4. Рисунки, таблицы и графики должны иметь названия, а в случае если их в статье несколько, то и нумерацию.

СТРУКТУРА СТАТЬИ

. Общие требования: основной текст статьи должен содержать такие обязательные элементы:
- постановка проблемы;
- анализ последних исследований и публикаций;
- выделение нерешенных ранее частей общей проблемы;
- цель статьи (постановка задачи);
- изложение основного материала исследования;
- выводы.

2. Рисунки и таблицы необходимо подавать в статье непосредственно после текста, где они упоминаются впервые, или на следующей странице. Все элементы рисунка должны быть сгруппированы.

3. Формулы в статьях должны быть набраны с помощью редактора формул (внутренний редактор формул в редакторе Microsoft Word for Windows).

4. Статья должна содержать названия статьи, аннотации и ключевые слова на русском и английском языках, объем аннотации от 50 до 120 слов, количество ключевых слов - минимум 5 слов.

Статья должна содержать следующие структурные элементы:
- индекс УДК (в верхнем левом углу страницы);
- индекс JEL Classification (Journal of Economic Literature);
- фамилия и инициалы автора (-ов), ученая степень, ученое звание и название статьи –на русском и английском языках;
- аннотация - на русском и английском языках;
- ключевые слова - на русском и английском языках;
- текст статьи;
- список литературы;
- список литературы на английском языке (транслитерация).

Электронная почта: ecofin.at.ua@gmail.com

Официальный сайт: ecofin.at.ua

Scientific journal
« Economics and Finance »

Verlag SWG imex GmbH

SCIENCE AND EDUCATION

Collection of scientific articles

Copyright © 2017 by the authors
All rights reserved.

WARNING
Without limitation, no part of this publication may be reproduced, stored, or introduced in any manner into any system either by mechanical, electronic, handwritten, or other means, without the prior permission of the authors
Edited by the authors.

ISBN 978-3-9819288-4-6