

**МІНІСТЕРСТВО ОСВІТИ І НАУКИ УКРАЇНИ
БІЛОЦЕРКІВСЬКИЙ НАЦІОНАЛЬНИЙ АГРАРНИЙ УНІВЕРСИТЕТ
ДУ «НАУКОВО-МЕТОДИЧНИЙ ЦЕНТР ВИЩОЇ ТА ФАХОВОЇ ПЕРЕДВИЩОЇ ОСВІТИ»**



**Матеріали
міжнародної науково-практичної конференції
магістрантів**

**ІННОВАЦІЙНІ ПРІОРИТЕТИ У РОЗВИТКУ ЕКОНОМІКИ
ТА МЕНЕДЖМЕНТУ**

21 листопада 2019 року

Біла Церква
2019

Редакційна колегія:

Даниленко А.С., академік НААН, д-р екон. наук, ректор університету,
голова оргкомітету.

Варченко О.М., д-р екон. наук, професор, проректор з наукової та інноваційної діяльності,
заступник голови оргкомітету.

Новак В.П., д-р біол. наук, професор, перший проректор.

Димань Т.М., д-р с.-г. наук, професор, проректор з освітньої, виховної та міжнародної
діяльності.

Ищенко Т.Д., канд. пед. наук, директор ДУ "НМЦ вищої та фахової передвищої освіти".

Паска І.М., д-р екон. наук, професор, декан економічного факультету.

Хомяк Н.В., канд. екон. наук, доцент, координатор НТТМ економічного факультету.

Вовкотруб Н.В., канд. вет. наук, доцент, начальник редакційно-видавничого відділу,
відповідальний секретар.

Качан Л.М., канд. с.-г. наук, доцент, завідувача відділом аспірантури та докторантури.

Царенко Т.М., канд. вет. наук, доцент, начальник відділу наукової та інноваційної
діяльності.

Зубченко В.В., канд. екон. наук, начальник навчально-методичного відділу моніторингу
якості освіти та виховної роботи.

Олешко О.Г., канд. с.-г. наук, доцент, координатор НТТМ університету.

Інноваційні пріоритети у розвитку економіки та менеджменту. Матеріали міжнародної
науково-практичної конференції. Білоцерківський НАУ, 21 листопада 2019. 135 с.

КРУТ Т. І., магістрант

Науковий керівник – САЛАМІН О.С., канд. екон. наук

Львівський національний університет ветеринарної медицини та біотехнологій імені С. З. Гжицького

РОЗВИТОК СІЛЬСЬКОГОСПОДАРСЬКОЇ КООПЕРАЦІЇ В УКРАЇНІ

Розглядаються проблеми розвитку сільського господарства. Визначено, що в сучасних умовах господарювання успішне функціонування малих за розмірами господарств, та можливість конкурувати з великими агрохолдингами можлива шляхом кооперування. Встановлено, що сільськогосподарська кооперація створює конкурентні переваги виробникам сільськогосподарської продукції, сприяє підвищенню ефективності виробництва сільськогосподарської продукції, забезпечує формування соціальної та виробничої інфраструктури в місцевих громадах.

Ключові слова: фермерське господарство, кооперація, сільське господарство, сільськогосподарська кооперація, кооператив, обслуговуючі кооперативи.

Аграрний сектор є важливим для економіки та продовольчої безпеки країни. Він забезпечує 12% ВВП і близько 40% валютних надходжень від експорту. Найбільший потенціал для розвитку сільського господарства міститься у сфері малого та середнього бізнесу. Основною організаційно-правовою формою, яка забезпечує таке виробництво є фермерські господарства. Частка виробництва фермерами зерна у валовому виробництві України становить 12%, соняшнику — 19%, ріпаку — 18%, сої — 16%, продукції тваринництва за видами — від 1 до 3 % [2]. Таким чином, фермери відіграють значну роль у забезпеченні потреб внутрішнього ринку.

В Україні у 2018 році налічувалось понад 33 тис. фермерських господарств. Проте виробничий та соціальний потенціал фермерських господарств нереалізований. Рівень технічного оснащення, показники ефективності господарської діяльності є нижчими порівняно із середніми та великими підприємствами. Основна причина такого становища – брак власних коштів та недоступність кредитних ресурсів. Як наслідок, фермерські господарства мають недостатню матеріально-технічну базу, а їх доступ до передових технологій, використання сучасних засобів захисту рослин і добрив обмежений. Окрім того, ціни, за якими фермери купляють ресурси зростають швидше ніж ціни, за якими вони реалізують свою продукцію. За таких умов господарювання фермерські господарства не мають можливості подальшого розвитку та конкурентоспроможності на ринку. Забезпечити конкурентоздатність в умовах недостатності фінансових ресурсів можливо шляхом об'єднання та акумулювання фінансових ресурсів. Досягнути цього можна шляхом кооперування.

В більшості економічно розвинутих країн сільськогосподарські обслуговуючі кооперативи є однією із найважливіших форм, що забезпечують конкурентні умови малим та середнім виробникам сільськогосподарської продукції. За даними Європейської Комісії в країнах ЄС налічується близько 250 тисяч кооперативів, в яких зайнято 163 мільйони людей – третина від усього місцевого населення. У Нідерландах їх частка становить 89% сільськогосподарського ринку, у Фінляндії – 79%, в Італії – 55%, у Франції – 50%.

За даними Державної служби статистики України, кількість сільськогосподарських кооперативів в Україні за останні роки збільшується. На початок 2017 року налічувалось 1017 сільськогосподарських обслуговуючих кооперативів, а на початок 2018 року в Україні їх налічувалось 1073, що на 5% більше. Проте лише близько половини з них успішно функціонує[1].

Перспективи розвитку сільськогосподарських обслуговуючих кооперативів в Україні надзвичайно великі. Попри те, що їх кількість значно менша, ніж у більшості європейських країн, діючі сільськогосподарські обслуговуючі кооперативи демонструють успішні показники розвитку. Кооперація в сучасних умовах, це не лише можливість впливу на ціну, шляхом переробки виготовленої продукції

кції, чи можливість сформувати великі партії продукції, з метою збуту на віддалених ринках, а також соціальна інфраструктура, зайнятість місцевого населення.

Причин, які стримують розвиток сільськогосподарських кооперативів є безліч. Перш за все це слабка матеріальна база, недостатність фінансових коштів. Дрібні виробники, які не в змозі налагодити товарне виробництво самостійно, не матимуть можливості акумулювати кошти для того, щоб вступити в кооператив. Можливість залучення кредитних коштів є практично недосяжною, з врахуванням високих відсоткових ставок за кредити, а державні програми підтримки, як правило, не є достатньо ефективними.

1. Державна Служба Статистики України [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <https://ukrstat.org/uk>.
2. Розвиток фермерства та кооперації [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <https://www.kmu.gov.ua>.
3. В українському АПК налічується 610 працюючих кооперативів [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <https://usba.com.ua/v-ukrainskomuaprk-nalicutsa-610-pracuucih-kooperativiv>.

УДК 330.11

ГАМАНОВ М.В., магістрант

Науковий керівник – **ЮХИМЕНКО П.І.**, д-р екон. наук

Білоцерківський національний аграрний університет

ЕКОНОМІЧНА ОЦІНКА ЕФЕКТИВНОСТІ ВИКОРИСТАННЯ ВИРОБНИЧИХ РЕСУРСІВ АГРАРНИМИ ПІДПРИЄМСТВАМИ

Висвітлено проблеми ефективного використання виробничих ресурсів в АПК України. Здійснено структурний аналіз забезпеченості агропромислових підприємств виробничими ресурсами. Оцінено економічну ефективність використання ресурсного потенціалу.

Ключові слова: виробничі ресурси, ресурсний потенціал, ефективність, аграрний сектор, агропромисловий комплекс.

Сучасна економічна ситуація змушує аграрний сектор використовувати свій ресурсний потенціал із найбільшою ефективністю. Актуальність теми дослідження зумовлена необхідністю удосконалення механізму управління аграрним сектором з метою ефективності використання виробничих ресурсів в умовах фінансового та матеріального обмеження ресурсів. Такий механізм повинен враховувати специфіку галузі, комплексно вирішувати проблему економічного зростання АПК, підвищення ефективності сільськогосподарського виробництва. Ресурсний потенціал сільського господарства має низку проблем, серед яких – низька зарплата для робітників галузі, а також високий рівень безробіття у селах та відтік робочої сили до міста, що призводить до вимирання сіл.

Виникає необхідність ефективного управління ресурсним потенціалом аграрного сектору на основі кардинальних змін у галузі сільського господарства, впровадження наукових досліджень у цій галузі у процеси виробництва, застосування новітніх технологій та організації трудових ресурсів. Сутність ресурсозбереження полягає у комплексному використанні ресурсів, максимальному захисті від втрат, залученні до господарської діяльності вторинних виробничих та енергетичних ресурсів замість вичерпаних та невідновлюваних ресурсів.

Основним постулатом системи ресурсозбереження є те, що раціональне використання виробничих ресурсів та значно підвищує рівень розвитку АПК загалом, знижуючи їх витратність та екстенсивність.

Результати сільськогосподарського виробництва залежать насамперед від ресурсного потенціалу. До нього належать всі ресурси, пов'язані з діяльністю та розвитком сільського господарства (земля, трудові ресурси, оборотний капітал, основні засоби тощо).

Дефіцит ресурсів кардинально змінює парадигму ефективного господарювання та зумовлює необхідність розвитку таких понять, як «ефективність» та «ресурсний потенціал». Саме тому потрібно розглядати ефективність не лише як співвідношення результату та затрат на його отримання, а й як ступінь використання ресурсного потенціалу суб'єкта господарювання. Аналіз вітчизняного та зарубіжного досвіду свідчить про те, що ефективність функціонування аграрного сектору залежить не лише від кількості виробничих ресурсів, а й від уміння з максимальною віддачею використовувати наявні виробничі ресурси, тобто від розвитку ресурсозберігаючої організації діяльності підприємства. Використання сучасних інноваційних технологій виробництва забезпечує зростання кількості готової продукції рослинництва та урожайності основних культур [1].

Урожайність зернових та зернобобових культур в 2018 р. становила 41,1 ц з 1 га зібраної площі (збільшилась у 2018 р. порівняно з 2015 р. на 4,1 ц з 1 га площі або на 11,1%). Урожайність цукрових буряків у 2018 р. становила 435,8 ц з 1 га зібраної площі (збільшилась в 2018 р. порівняно з 2015 р. на 72,5 ц з 1 га зібраної площі або на 19,9%). Урожайність соняшнику в 2018 р. становила 21,6 ц з 1 га зібраної площі (збільшилась у 2018 р. порівняно з 2015 р. на 3,2 ц з 1 га зібраної площі або на 17,4%). Урожайність картоплі в 2018 р. становила 161,4 ц з 1 га зібраної площі. (зменшилась у 2018 р. порівняно з 2015 р. на 6,6 ц з 1 га зібраної площі або на 3,9%). Урожайність овочів у 2018 р. становила 206,1 ц з 1 га зібраної площі (збільшилась у 2018 р. порівняно з 2015 р. на 11,1 ц з 1 га зібраної площі або на 5,7%). Урожайність плодів та ягід у 2018 р. становила 104,5 ц з 1 га зібраної площі (зменшилась у 2018 р. порівняно з 2015 р. на 19,6 ц з 1 га зібраної площі або на 23,1%).

Урожайність зернових та зернобобових культур у 2018 р. становила 46,0 ц з 1 га зібраної площі (зменшилась у 2018 р. порівняно з 2015 р. на 3,3 ц з 1 га зібраної площі або на 6,7%). Урожайність цукрових буряків у 2018 р. становила 398,0 ц з 1 га зібраної площі (зменшилась у 2018 р. порівняно з 2015 р. на 20,3 ц з 1 га зібраної площі або на 4,9%). Урожайність соняшнику у 2018 р. становила 26,9 ц з 1 га зібраної площі (збільшилась у 2018 р. порівняно з 2015 р. на 7,4 ц з 1 га зібраної площі або на 37,9%). Урожайність картоплі у 2018 р. становила 170,8 ц з 1 га зібраної площі (зменшилась у 2018 р. порівняно з 2015 р. на 3,8 ц з 1 га зібраної площі або на 2,2%). Урожайність овочів у 2018 р. становила 211,2 ц з 1 га зібраної площі (збільшилась у 2018 р. порівняно з 2015 р. на 13,2 ц з 1 га зібраної площі або на 6,7%). Урожайність плодів та ягід у 2018 р. становила 121,5 ц з 1 га зібраної площі (збільшилась у 2018 р. порівняно з 2015 р. на 112,9 ц з 1 га зібраної площі або на 7,6%) [2].

Ефективність використання виробничих ресурсів формується зі взаємопов'язаних складників – ефективності використання ресурсного потенціалу (трудових ресурсів, землі, біологічного потенціалу рослин і тварин) і розвитку ресурсозберігаючих технологій. Як відомо, дослідження питань щодо функціонування систем за традиційною схемою дуже часто засновують на ефективності як на понятті, ідентичному результативності. Вбачається доцільним розглядати ефективність як один зі складників результативності певних процесів, котрі відбуваються під час функціонування сільського господарства як складної стохастичної динамічної системи з управлінням. Функціонування системи є таке виконання системою певних функцій, яке визначається ресурсним, виробничим, матеріальним, фінансовим, соціальним, економічним, екологічним, технологічним, логістичним, інституціональним та ін. потенціалами (ресурсами) та яке пов'язане з відповідними ризиками, передбачає наслідки цього виконання, тому потребує управління [4]. Особливості функціонування сільського господарства як системи в умовах мінливого зовнішнього середовища зумовлюють необхідність удосконалення управління цієї системою. Управління системою має базуватись на певному механізмі як сукупності цілей, завдань, функцій, принципів, методів, засобів, прийомів, чинників, технологій, ресурсів, типів, результатів. Складові частини механізму управління складними системами мають містити і показники результативності функціонування цих систем (який можна називати за [5] механізмом SEE-управління). За методикою авторів [5] ресурсний складник цього механізму можна розглядати як F-імпульси процесів функціонування складних систем, до яких, безумовно, відноситься й аграрний сектор.

Ресурсний потенціал у сільськогосподарському виробництві має формуватися, враховуючи потреби у виробничих потужностях. Цей потенціал здатна підвищити як державна підтримка аграрного сектору, так і ефективність та результативність його реалізації.

Отже, одними з головних проблем галузі сільського господарства є скорочення виробництва продукції тваринництва, зменшення кількості залученої сільськогосподарської техніки тощо. Основною причиною такої ситуації є відсутність комплексного підходу держави до підтримки цієї галузі. Зазначеному підходу має сприяти дієве використання виробничих ресурсів у аграрному секторі України, що потребує вимірювання та оцінювання ефективності і результативності відповідних економічних процесів.

1. Андрийчук В.Г. Эффективность использования производственного потенциала в сельском хозяйстве / В.Г. Андрийчук. – К. : Изд-во Экономика, 1983. – 280 с.
2. Головне управління статистики [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://www.vous.vin.ua>
3. Державна служба статистики України [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://www.ukrstat.gov.ua>
4. Поліщук (Буреннікова) Н. В. Функціонування економічних систем: моделі складових результативності: [моногр.] / Н.В. Поліщук. – Вінниця: Вінницький національний аграрний університет, 2010. – 396 с.
5. Буреннікова Н.В. СЕЕ-управління на базі складових результативності як засіб підвищення дієвості процесу функціонування складних систем: сутність, методологія / Н.В. Буреннікова, В.О Яроменко // Бізнес Інформ. – 2016. – № 1 – С. 145–152.

УДК 330.32

МАРИНЧУК М.С., магістрантка,
Науковий керівник – **ЮХИМЕНКО П.І.**, д-р екон. наук
Білоцерківський національний аграрний університет

ЕКОНОМІЧНА ОЦІНКА ЕФЕКТИВНОСТІ ІНВЕСТИЦІЙНОЇ ДІЯЛЬНОСТІ АГРОПРОМИСЛОВИХ ПІДПРИЄМСТВ

Узагальнено систему показників оцінювання економічної ефективності інвестиційного процесу в агропромислових підприємствах. Наведено економічний зміст процедури дисконтування і порядок проведення розрахунків. Запропоновано методичний підхід до оцінювання ефективності інвестиційного процесу. Нами зроблено висновок про те, що чистий потік платежів може містити як доходи (прибуток, отриманий від виробничої діяльності та амортизаційні відрахування), так і видатки (відтворення основних фондів та інвестиції в капітальне будівництво, які вибувають під час виробництва, а також кошти для створення і нагромадження оборотних засобів).

Ключові слова: ефективність інвестиційного процесу; інвестування; показники; інвестиції; аналіз ефективності; інвестиційні ресурси.

У майбутньому, розвиток агропродовольчого сектору економіки України визначатимуть шляхом визначення рівня інвестиційних можливостей та інвестиційної привабливості галузі. На наш погляд, це залежить від ефективності інвестиційних процесів, що відбуваються у сільському господарстві.

Особливо важливим питання фінансування інвестицій і їх раціонального використання постає за умов складного економічного стану агропромислових підприємств. Поряд з цим, важливим завданням в процесі вибору напряму інвестування виникає питання визначення економічної ефективності вкладених коштів у певну інвестиційну цінність як елемент інвестиційного процесу.

Оцінювання економічної ефективності інвестиційного процесу являється відповідальним етапом передінвестиційних досліджень, що містить розрахунок і методика оцінювання прямих і непрямих показників [1].

З позиції підприємства, реалізація певного інвестиційного проекту може бути подана у вигляді двох наступних взаємозалежних процесів:

- вкладення коштів в інвестиційну цінність;
- надходження доходів від вкладення коштів.

Обидва процеси можуть здійснюватися послідовно, або у певний тимчасовий відрізок часу - паралельно. У другому випадку мається на увазі, що віддача від інвестицій розпочнеться до завершення процесу вкладень.

Ці два процеси по-різному розподілені за інтенсивністю в часі і це суттєво впливає на ефективність інвестицій. Водночас, об'єктом фінансового аналізу й визначення економічної ефективності інвестиційного процесу являються прямі фінансові потоки, які характеризують ці два процеси у вигляді суперпозиції. Іншими словами, перед потенційними інвесторами відображаються сукупні грошові потоки. Завдяки виробничим інвестиціям інтенсивність результативного потоку платежів може формуватися як різниця між показником інтенсивності (витрати в розрахунку на одиницю часу) інвестицій та інтенсивністю чистого доходу.

У такому випадку, під чистим доходом слід розуміти дохід, що отриманий у кожному тимчасовому інтервалі (виняток становлять усі платежі, які пов'язані із його одержанням: поточні витрати на управління процесом, податки).

$$\text{ЧД} = \text{Д} - \text{Р}, \quad (1),$$

де:

ЧД – чистий дохід;

Д – доходи, одержані від інвестиційних цінностей, які перебувають у процесі;

Р – витрати, понесені для одержання доходу.

Оцінку ефективності проводять завдяки визначенню сукупних прямих розрахункових показників чи критеріїв ефективності інвестиційних процесів.

Витрати і доходи, що різні за часом, приводять до базового моменту часу. Зазвичай, базовим моментом часу являється дата, що характеризує інвестиційну цінність. Зокрема, для фінансових інвестицій це дата придбання фінансового активу, тоді як для реальних інвестицій це дата початку виробництва продукції, при тому, що для інтелектуальних інвестицій це дата початку наукової діяльності).

Процедура, що приводить різночасні платежі до базової дати, називається дисконтуванням. Економічний зміст цієї процедури полягає в наступному. Припустимо, що задано певну ставку позичкового процента r , потік платежів $P(t)$, початок якого може збігатися із базовим моментом часу приведення. У цьому випадку, дисконтова величина платежу $P(t)$, що виконаний у момент, який відрізняється від базового на певну величину t інтервалів, буде дорівнювати величині $Pd(t)$, яка видана під позичковий процент r , щодасть у момент t величину $P(t)$.

Тому величину позичкового впроцента r називають нормою дисконтування. Його трактують як норму чи ступінь переваги доходів, отриманих у даний момент над тими доходами, що будуть отримані у майбутньому [2].

Оцінка ефективності інвестиційного процесу є визначенням показників, значення яких дозволяє підприємству визначати привабливість певної інвестиційної цінності. Такі показники залежать від характеристик конкретного інвестиційного проекту: сукупна вартість, строк реалізації; планована кількість елементів інвестиційного процесу. Чим вище значення кожної характеристики, тим більше показників розраховуються задля прийняття рішення щодо здійснення інвестування [3].

Результатом для інвестора є чистий прибуток після сплати податків, страхових і рентних платежів, плати за кредит, інші фінансові витрати [4].

Внаслідок розходжень в оцінках інвестиційного процесу, можуть виникати питання переваг певних вимірників ефективності. Проведення аналізу стану використання таких показників на практиці показує, що найчастіше використовують такий показник ефективності інвестицій як вну-

трішня норма прибутковості, а також показник чистого приведеного доходу. При цьому слід зазначити, що обидва вказаних вище показники доцільно застосовувати одночасно, тому що внутрішня норма прибутковості розглядається якісним показником, який характеризує прибутковість на одиницю вкладеного капіталу, тоді як чистий приведений дохід - це абсолютний показник, відображає чий масштаб інвестиційних процесів та одержуваного доходу.

1. Астапова Г.В., Куц А.В. Удосконалення методів оцінки інвестиційних проєктів [Електронний ресурс] / Г.В. Астапова, А.В. Куц // Проблеми системного підходу в економіці: електронне наукове фахове видання. – 2012. – №4. – Режим доступу до журналу: http://www.nbu.gov.ua/old_jrn/ejournals/PSPE/2012_4/2012_4_iem.html.
2. Лактіонова, О. Ю. Організація й оцінка ефективності інвестиційних проєктів [Текст] / О. Ю. Лактіонова // Фінанси України. – 2011. – №1. – С. 104–110.
3. Салига, К. С. Теоретичні засади оцінки ефективності реальних інвестицій [Текст] / К. С. Салига. – Запоріжжя : ГУ "ЗІДМУ", 2017. – 52 с.
4. Скворцов, І. Б. Ефективність інвестиційного процесу: методологія, методи і практика [Текст] / І. Б. Скворцов. – Л. : "Львівська політехніка", 2013. – 311с.

ID 658.155-047.44(477.41)

DMYTRO HRYHOR, undergraduate
Scientific adviser – **RUSLANA ZADOROZHNA**, PhD in Economics
Bila Tserkva National Agrarian University

ANALYTICAL ESTIMATION OF ENTERPRISE PROFIT (on the example of LTD “ROSER”)

The essence of profitability as a relative indicator of economic efficiency is generalized; the logic of constructing profitability indicators is described. The dynamics of profitability of LTD “ROSER” for 2016-2018 is analyzed. The ways of growth of profit and profitability are offered.

Keywords: profitability, effect, cost-effectiveness, profitability.

The performance of any enterprise can be assessed both by absolute (economic effect) and relative (economic efficiency) indicators.

The effect is the value that characterizes the result of production or innovation. The effect is manifested in the growth of profit, lower cost, increased sales, that is, in the change of absolute performance of the enterprise. With their help evaluate the dynamics of enterprise development. However, keep in mind that inflation rates should be taken into account.

Economic efficiency is the result of production activity, which is expressed in the form of a relationship between the results of economic activity and the cost of resources. In contrast to the effect, cost-effectiveness is calculated in relative terms. The latter are practically unaffected by inflation, which is why they are widely used in the practice of analysis of economic and financial activity [1, p. 156].

Profitability is a relative indicator that allows you to compare the resulting effect with the costs or resources used to achieve it. In today's domestic and foreign analytical practice, many indicators of profitability are used, which from different positions characterize the profitability of the enterprises. Of great importance is the choice of the estimated indicator (profit) used in the calculations. Four indicators are most commonly used: gross profit, operating profit, pre-tax profit, net profit.

There are no generally accepted values of profitability that can be guided by analysis. Therefore, the growth of all profitability indicators in the dynamics is considered as a positive trend. Depending on what the profit margin is compared to, the appropriate groups of profitability ratios are distinguished (return on capital, profitability of sales, etc.).

In practice, to measure profitability, businesses use a system of interconnected profitability indicators that can be divided into two main groups: A) metrics based on recurrent costs (sales value); B) indicators calculated in connection with the use of productive capital (production assets) [2, p. 53].

With the help of form № 1 “Statement of financial position” and form № 2 “Report on financial results” we will evaluate the profitability of LTD “ROSER” and present it in table 1.

Table 1 – Profitability estimation of LTD “ROSER”, 2016–2018

Indicator	2016	2017	2018	Absolute deviation	
				2017-2016	2018-2017
Return on assets from ordinary activities	1,51	1,63	0,82	0,12	-0,81
Return on equity (assets) on net income	0,015	0,016	0,008	0,001	-0,008
Return on equity	21,75	6,41	2,74	-15,34	-3,67
Profitability of production funds	270,18	176,92	4,59	-94,18	-172,33
Profitability of sales on sales revenue	0,41	0,72	m.d.	0,31	-
Profitability of sales on operating income	0,31	0,63	m.d.	0,32	-
Profitability of sales on net profit	0,25	0,51	0,63	0,26	0,12
Reinvestment ratio	0,6	0,16	-0,35	-0,44	-0,51
The coefficient of sustainability of economic growth	0,13	0,01	-0,01	-0,12	-0,02
Capital payback period (in days)	66,14	61,49	121,42	-4,65	59,93
Equity payback period (in days)	4,6	15,59	36,47	10,99	20,88

Source: calculated by the author according to the financial statements of the company.

Having analyzed the profitability indicators of LTD “ROSER” for the period 2016-2018, we can draw the following conclusions:

The return on assets from ordinary activities in 2018 decreased to 0.82. This decrease is a negative phenomenon for the enterprise and indicates that 0.82 profit from ordinary activities is attributed to the unit of funds invested in assets.

Return on equity characterizes the efficiency of use of all assets of the enterprise. This indicator reflects how many units of money an enterprise needs to receive one monetary unit of profit, regardless of the source of attraction of these funds. During 2016-2018, return on equity decreased from 0.015 to 0.008.

Return on equity for the analyzed period decreases from 21.75 to 2.74, which is a negative phenomenon for the enterprise and characterizes how much net profit per unit of equity falls. This indicator reflects how many units of net profit earned per unit invested by business owners.

The profitability of production funds in 2018 has sharply decreased compared to 2016, which means that every hryvnia invested in these elements of assets allowed to earn 5 cents of net profit.

The payback period in 2016 was 4.6 days, in 2017 it increased to 15.59 days, in 2018 it increased to 36.47 days. This is a negative trend for the enterprise.

Therefore, in general, according to various indicators of profitability of LTD “ROSER” for 2016-2018, we observe that profitability is unstable, so the company should take measures to ensure the effectiveness of its activity in the long term. In particular, it is advisable to reduce all cost items, adjust the sales system, improve productivity and improve management efficiency. This will not only increase production efficiency, but will also increase the competitiveness of the enterprise.

1. Savenko N.V. Ekonomichna sutnist' efektyvnosti vyrobnytstva pidpryyemstva i analiz pidkhodiv do yiyi vyznachennya. Innovatsiyna ekonomika. 2009. № 2. S. 153–162.

2. Chernysh S.S. Orhanizatsiyno-metodychni aspekty analizu rentabel'nosti. Vseukrayins'kyu naukovy-vyrobnychyu zhurnal. 2014. № 7. P. 51-57.

УДК 657

ТРОЯНОВА А, магістрантка
Науковий керівник – **ХОМЯК Н.В.**, канд. екон. наук
Білоцерківський національний аграрний університет

СУЧАСНІ АСПЕКТИ ОРГАНІЗАЦІЇ КАСОВИХ РОЗРАХУНКОВИХ ОПЕРАЦІЙ В СУПЕРМАРКЕТАХ УКРАЇНИ

Автором розглянуто особливості здійснення розрахункових касових операцій і оформлення первинних документів в підприємствах торгівлі. Запропонована певна низка правил і методичних вказівок, щодо відображення в обліку та покращення інформаційного забезпечення касових операцій.

Ключові слова: касова дисципліна, каса підприємства, про, самообслуговування, облік, контроль.

У відповідності до діючого законодавства України згідно Положення про ведення касових операцій у національній валюті в Україні ([п. 2.2 гл. 2 Положення № 637](#)) підприємства повинні здійснювати розрахунки готівкою між собою і з фізичними особами через касу як за рахунок готівкової виручки, так і за рахунок коштів, отриманих із банків. Зазначені розрахунки проводяться також шляхом переказу готівки для сплати відповідних платежів (3)

З розвитком нових технологій і їх використанням закордоном, в Україні починають запроваджувати нові методи розрахункових операцій і поступове їх введення на підприємствах торгівлі, зокрема у великих супермаркетах. Однією із основних нововведень на території супермаркетів наразі є каси самообслуговування (КСО).

Самообслуговування – світовий тренд, до якого схиляється все більше європейських, а тепер й українських роздрібних мереж. Українські споживачі вже встигли оцінити зручність вагового самообслуговування в відділах овочів та фруктів, а тепер отримали можливість випробувати роботу касових систем самообслуговування (self-checkout), що дозволяють повністю здійснити покупку без участі касира.

За допомогою цього технологічного відкриття в сфері торгівлі з'являються нові перспективи і переваги, спрощення способів оплати. В такій сфері, як торгівля існує багато нюансів і особливостей, які слід враховувати.

Однією з важливих причин встановлення КСО є зменшення черг в час пік, спрощена форма розрахунку, зручність і швидкість в отриманні певного продукту, зменшення кількості працівників, але їх якісна підготовка і обізнаність.

Використання КСО в підприємствах роздрібною торгівлі, зокрема в супермаркетах, викликає виникнення певних особливостей здійснення обліку касових операцій. Перш за все це особливості оприбуткування виторгу, оформлення розрахункових документів, використання і збої в реєстрах розрахункових операцій, введення чеків в RRN, відображення в бухгалтерії готівкових коштів в обороті і в запасі.

Дуже важливим методом бухгалтерського обліку є інвентаризація. На таких підприємствах, як супермаркети це є необхідним. В першу чергу, контролю підлягають грошові кошти. Тому, слід дуже відповідально підходити до контролю за обліком касових операцій, обліку готівкових коштів і їх обороту.

Переваги здійснення касових операцій в підприємствах роздрібною торгівлі за допомогою КСО супроводжуються певними ризиками і проблемами. Одними з суттєвих проблем, які можуть мати місце, це вірогідність махінацій з товарами та розрахунками за них зі сторони покупці,

З метою запобігання таких негативних явищ каси самообслуговування оснащені механізмом контролю за сумлінністю покупця на основі звірки мас товарів, покладених до кошика, просканованих і оплачених. Також каса самообслуговування оснащена відеокамерою, що дозволяє контролювати дії покупця. Всупереч розхожій думці, перехід на самообслуговування не приводить до підвищення рівня крадіжок. В реальності зловмисникам набагато простіше здійснити крадіжку в торговому залі, ніж в касовій зоні, яка ретельно контролюється та покрита відеоспостереженням за правильністю і відповідністю реальної готівки в касах, її зберіганням та оформленням, своєчасністю відображення операцій в касовій книзі.

Слід відмітити, що в сучасних умовах функціонування підприємств роздрібною торгівлі, використання КСО є досить експериментальним явищем, новою схемою організації обліку касових операцій, тому наразі існує невелика кількість супермаркетів, які застосовують в своїй діяльності цей вид розрахунків.

Отже, грошові кошти є актуальним, обов'язковим об'єктом обліку кожного суб'єкта господарювання, Особливо це стосується підприємств торговельної галузі, які в сучасних умовах функціонування шукають новітні технології організації та обліку касових розрахункових операцій, які сприяють обігу готівки та задоволенню потреб покупців.

1. Закон України "Про бухгалтерський облік та фінансову звітність в Україні" від 16 липня 1999 р. № 996-XIV (зі змін, і доп.) // <http://audit.w3.kiev.ua>.
2. Закон України "Про оподаткування прибутку підприємств" від 28 грудня 1994 р. № 335/94-ВР (зі змін, і доп.) // Відомості Верховної Ради України. – 1995. – № 4. – Ст. 29.
3. Положення про ведення касових операцій у національній валюті в Україні : [постанова Правління НБУ від 15.12.2004. - № 637 – [Режим доступу: <http://www.rada.gov.ua>.
4. Грабова Н.М., Добровський В.М. Бухгалтерський облік у торгівлі: Навчальний посібник – К.: А.С.К., 2014. – 800 с.
5. Кіреєв О.І., Любунь О.С., Кравець М.П. та ін. Внутрішній аудит у банку: Навч. посіб. – К.: Центр навч. літ., 2006. – 220 с.

УДК 330.14:161.12

ПОДОЛЯНЮК М.О., магістрантка

Науковий керівник – **ХОМЯК Н.В.**, канд. екон. наук

Білоцерківський національний аграрний університет

ОСОБЛИВОСТІ ОРГАНІЗАЦІЇ ТА ОБЛІКУ РОЗРАХУНКІВ З ПОСТАЧАЛЬНИКАМИ В МЕРЕЖІ СУПЕРМАРКЕТІВ

Актуальність: авторами розглянуто роль постачальників та розрахунків з ними в мережі супермаркетів, як суттєвої частини його діяльності, їх обліку, аналізу та контролю. Установлено особливості відображення у поточній та річній фінансовій звітності. Наведені шляхи покращення інформаційного забезпечення та управління ними.

Ключові слова: постачальники, розрахунки, оцінка діяльності, облік, контроль, аудит, звітність.

Виробники, які впровадили у себе міжнародні системи управління якістю, також орієнтовані на клієнта, та поставили високу планку у виробничій культурі - є пріоритетними постачальниками для супермаркету.

Щоб знайти постачальників для супермаркету потрібно використати джерела інформації як зовнішні, так і внутрішні. Для пошуку використовуються довідники, друковані видання та ін. джерела.

Для товарів визначаються ціни різних постачальників, взаємності від якості самого товару, розміщення продавця, обирають найбільш відповідні. Після ринку збуту вивчається цього товару та пропозиції на ринку і входить визначається припустима ціна на ринку для товару. Можлива торговельна націнка для товару, але потрібно провести переговори з постачальниками з метою домовленості на рахунок найкращих умов та укладання договору.

Найдоцільнішою правовою формою регулювання господарських відносин з постачання продукцією і товарами є договір поставки.

Договір поставки - господарський договір, він є одним з різновидів договору купівлі-продажу і аналогічний йому за формою. Згідно з цим договором постачальник зобов'язується в призначені терміну (строку), що не збігаються з моментом укладення договору, передати товар у власність (повне господарське відання чи оперативне управління) покупцеві, який зобов'язується прийняти товар і сплатити за нього певну грошову суму.

Товар виступає в договорі поставки як предмет (об'єкт), він призначений для підприємницької діяльності та інших цілей не пов'язаних із споживанням.

Виконує роль основного документа договір поставки, він визначає права та обов'язки сторін, де чітко і повністю викладено необхідні умови поставки. Згідно ст. 655 ЦК України договір вважається укладеним, коли між сторонами в потрібній формі досягнуто згоди за всіма істотними умовами. Обов'язково у договорі вказується кількість, номенклатура (асортимент), якість, строки поставки, ціна товару, відвантажувальні та платні реквізити. Якщо відсутні такі умови в договорі поставки то, він вважається не укладеним.

Робота з постачальниками має здійснюватися на таких принципах:

- Забезпечення високої оборотності активів.
- Застосування системного підходу, який передбачає автоматизацію процесу роботи.
- Наявність класифікації постачальників і системи відпрацьованих підходів до роботи з постачальниками кожної групи (ліміти з заборгованості, типи контрактів, розміри відстрочки платежу).

Важливість вибору постачальника пояснюється не лише функціонуванням на сучасному ринку великої кількості постачальників однакових матеріальних ресурсів, але і тим, що він має бути, передусім, надійним партнером товаро виробника в реалізації його стратегії організації виробництва

1. Апопій В.В., Міщук І. П., Ребицький В. М., Рудницький С. І., Хом'як Ю. М. Організація торгівлі: Підручник; 3-тє вид./ за редакцією Апопія В. В. - К.: Центр учбової літератури, 2010. - 632 с..
2. Цивільний кодекс України від від 16.01.2003 № 435-IV із змінами і доповненнями [Електронний ресурс].—Режим доступу: zakon.rada.gov.ua/go/435-15

УДК: 657: 658

БУТЕНКО В.О., магістрантка

Науковий керівник – **ТОМІЛОВА-ЯРЕМЧУК Н.О.**, канд. екон. наук,

ntomilova1984@gmail.com

Білоцерківський національний аграрний університет

МЕТОДИЧНІ АСПЕКТИ ОБЛІКОВОГО ЗАБЕЗПЕЧЕННЯ ВЛАСНОГО КАПІТАЛУ ПІДПРИЄМСТВА

Автором розглянуті методологічні та технологічні аспекти облікового забезпечення власного капіталу. Розглянуто методичні положення облікової політики, які передбачає розробку правил та порядку обліку позикового капіталу за операціями. Визначено, що доцільним є здійснення фак-

торного аналізу ефективності використання капіталу компанії, щоб оцінити вплив змін і структури капіталу на фінансову стійкість компанії.

Ключові слова: власний капітал, статутний капітал, додатковий капітал, резервний капітал, рахунок.

Основні питання бухгалтерського обліку *власного капіталу*, які повинні бути відображені в обліковій політиці, на наш погляд, є:

визначення об'єктів обліку капіталу, умови визнання та оцінки в кінці терміну і на звітну дату;

формування та погашення капіталу з точки зору її елементів;
капітальні рахунки будівельних робіт плану;
накопичення інформації в бухгалтерській звітності;
порядок інвентаризації капіталу;
визначення критерії дисконтування розміру зобов'язань;
формування інформації про капітал у формах фінансової звітності;
складання управлінських звітів для прийняття рішень;
організація обліку за центрами відповідальності (Центр управління та контролю капіталу); методологічна підтримка рахунків власного капіталу.

У дослідженні визначено методологічні та технологічні аспекти обліку капіталу, що дозволило розробити основні положення облікової політики для основної і додаткової функціональності і представити їх в якості моделі (рис 1) і організаційної структури відповідних правил щодо капіталу підприємства. Сьогодні важливе питання з точки зору бухгалтерського обліку є визначення об'єктів капіталу.

Обґрунтовуючи склад елементів капіталу, необхідно враховувати економічну сутність категорії і класифікації капіталу для обліку та аналізу. Дослідження показують, що об'єктами обліку капіталу є частина монетарних зобов'язань підприємства [1].

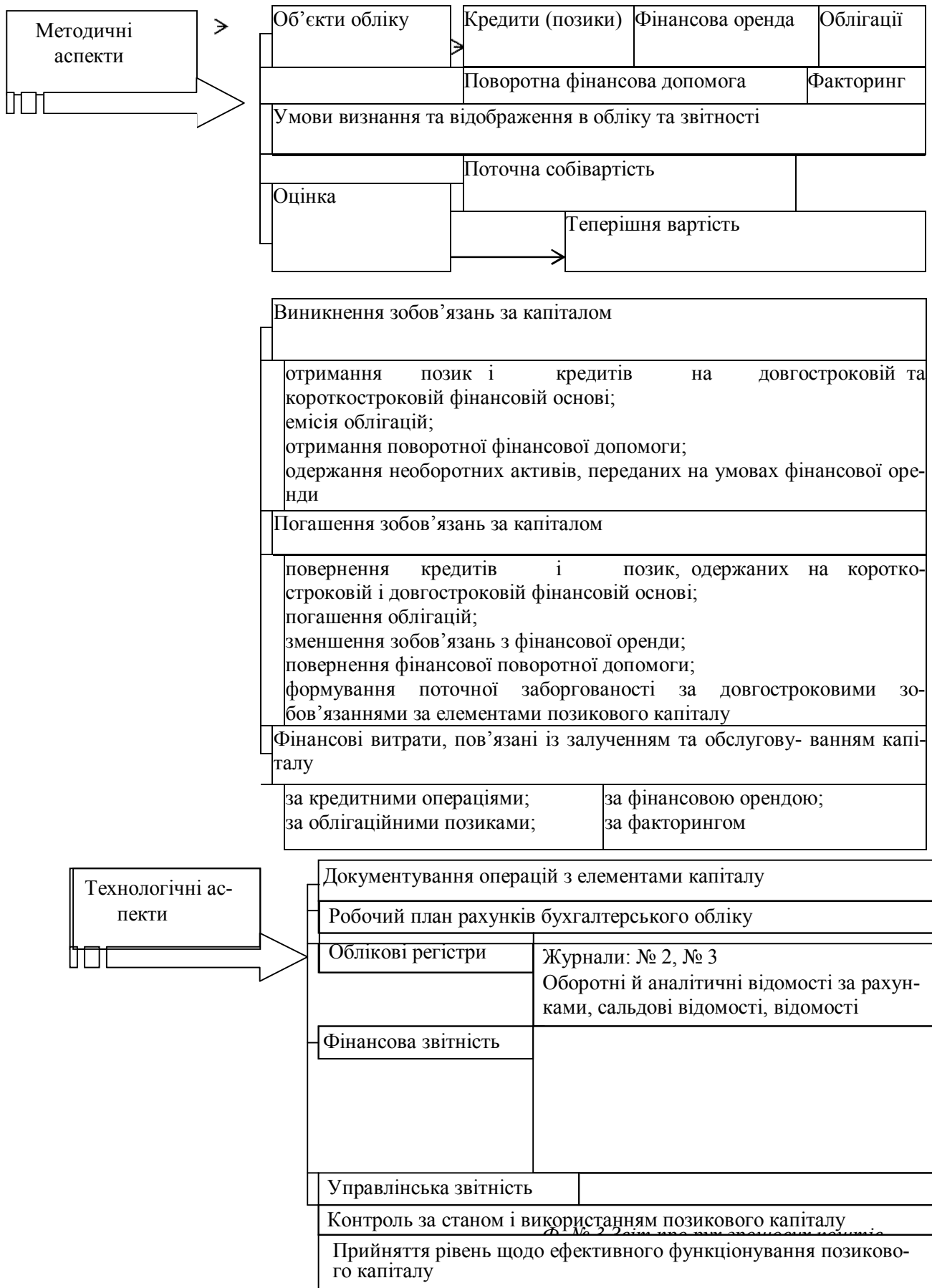


Рис. 1. Модель облікової політики щодо капіталу з елементами основного та додаткового функціоналу [2].

Методичний аспект облікової політики передбачає розробку правил і процедур для обліку заборгованості за операціями [3]:

- отримання кредитів та кредитів на фінансування на довгостроковій основі;
- залучення кредитів на короткостроковій основі;
- випуск і обслуговування облігацій становить зв'язок;
- отримання поворотної фінансової допомоги;
- отримання орендованих основних засобів, переданих за договорами фінансової оренди.

В розрізі подальших досліджень доцільно впровадження факторного аналізу доступності та ефективного використання капіталу підприємства. Факторний аналіз доступності капіталу включає в себе оцінку впливу зміни складу і структури капіталу в фінансовій стабільності підприємства, і факторного аналізу ефективності капіталу – кількісну оцінку причин змін в нормах оборотності і рентабельності власного капіталу і реінвестування прибутку фактора.

1. Садовська І.Б. Капітал-власність і капітал-функція в системі управлінського обліку: інституційний підхід. [Економіка. Сер. Облік і фінанси](#), 2013. Вип. 10 (2). С. 220- 232.
2. [Чміль Г.Л.](#) Власний капітал підприємства: методологічні аспекти бухгалтерського обліку. Торгівля, комерція, підприємництво : зб. наук. пр. Львів : ЛКА, 2014. Вип. 16. С. 152–158.
3. [Chmil H.](#) Capital accounting in information management system of trade enterprise. Сьвременні проблеми на регіональному розвитку: Сьбрани статии. Т. 2. Пловдив, 2014. С. 146–150.

УДК 336.71:005.52:005.334

УСТИМЕНКО Д.Л., магістрант

Науковий керівник – **БАТАЖОК С.Г.**, канд. екон. наук

Білоцерківський національний аграрний університет

СТРАТЕГІЯ, СИСТЕМА ТА ПОЛІТИКА УПРАВЛІННЯ РИЗИКАМИ ПАТ «ОЩАДБАНК»

Стратегія управління ризиками це налагоджена ефективна система управління ризиками, що генерується зовнішнім середовищем, структурою активів і пасивів, а також внутрішніми правилами, регламентами та процедурами банку, для забезпечення досягнення стратегічних цілей. Основною задачею є забезпечення найбільш ефективного розподілу капіталу між ризиками.

Організаційна система управління ризиками передбачає розподіл повноважень з управління ризиками між наглядовою радою, правлінням, профільними комітетами, підрозділами ризик-менеджменту, підрозділом аудиту, іншими підрозділами, які безпосередньо проводять банківські операції, та підрозділами, що супроводжують такі операції.

Стратегія управління включає політику управління ризиками: кредитним, ліквідності, валютним, процентним, операційним та комплаєнс-ризиком.

Ключові слова: кредитний ризик, ризик ліквідності, валютний ризик, процентний ризик, операційний ризик, комплаєнс-ризик.

Управління ризиками відіграє важливу роль у банківській діяльності та операціях. Кредитний ризик являє собою ризик фінансового збитку для банку в результаті невиконання позичальником чи контрагентом свого зобов'язання. Кредитний ризик виникає у зв'язку з кредитами, наданими авансами та інвестиційними цінними паперами. Система управління кредитними ризиками забезпечує своєчасне виявлення, вимірювання, моніторинг, звітування, контроль ризиків. Кредитна політика визначає умови здійснення активних операцій, заходи для врегулювання заборгованості з контрагентами, мінімізацію та диверсифікацію ризиків при здійсненні активних операцій, забезпечення здійснення постійного контролю над структурою та якістю кредитного портфеля.

Процес управління кредитним ризиком передбачає наступні етапи: визначення джерел ризиків; визначення та оцінка величини виявлених ризиків; встановлення обмежень щодо величини прийнятних ризиків; процес постійного спостереження за джерелами ризику.

Під час оцінювання ризиків та прийняття рішень щодо надання кредиту конкретному позичальнику-юридичній особі або фізичній особі-підприємцю, що отримує кредит на ведення підприємницької діяльності, береться до уваги фінансовий стан, кредитоспроможність та платоспроможність позичальника, фінансовий стан групи позичальника (тобто враховуються юридичні або економічні взаємозв'язки з пов'язаними компаніями), результати аналізу ринку, ризику, пов'язані із галуззю, в якій позичальник здійснює свою господарську діяльність та ринкові позиції бізнесу позичальника. Крім того належна увага приділяється таким факторам, як якість менеджменту позичальника, географічне місцезнаходження, рівень концентрації постачальників (клієнтів), боргове навантаження, результати оцінювання ліквідності та достатності запропонованої застави з точки зору кредитного ризику.

Процедура прийняття рішення щодо надання споживчих кредитів стандартизована. Максимальні ліміти по кредитах встановлюються з урахуванням доходу потенційного позичальника, стабільності його майбутніх доходів, ліквідності та якості застави.

Банком здійснюється регулярний кредитний перегляд за позичальниками юридичними особами, тобто переоцінка кредитного ризику заборгованості позичальника: аналіз фінансового стану позичальника, фінансовий стан групи позичальника, переоцінка забезпечення та кредитний аналіз на основі оновленої інформації.

Банк формує резерви на покриття очікуваних кредитних збитків. Обсяг лімітів щодо проведення активних операцій затверджено у розрізі галузей економіки, географічних регіонів та ряду кредитних продуктів.

Ризик ліквідності виникає внаслідок невідповідності строків і сум надходження (списання) грошових коштів та полягає у загрозі виникнення втрат, недоотримання доходу або зменшення ринкової вартості капіталу внаслідок неспроможності банку вчасно, в повному обсязі та з мінімальними втратами покрити потреби у грошових коштах для виконання своїх грошових зобов'язань.

Основною метою управління ризиком ліквідності є забезпечення наявності обсягу ліквідних коштів, достатніх для покриття поточних та планових потреб з метою оптимізації, пов'язаних з забезпеченням необхідного обсягу ліквідних коштів.

Управління процентним ризиком ґрунтується на локалізації несприятливого впливу змін процентних ставок на фінансовий результат і капітал. Управління процентним ризиком відбувається методом визначення та оцінки кривих доходності із залучення та розміщення грошових коштів, а також встановлення оптимального значення чистого спреду. Це дасть змогу банку покращити витрати, управляти структурою балансу, зокрема активами та пасивами, з додержанням оптимального співвідношення процентного ризику та доходності.

Проведення банком валютних операцій може сприяти до формування та здійснення негативного впливу валютного ризику, що пов'язано з несприятливим коливанням курсів іноземних валют і цін на банківські метали. Валютний ризик виникає у загрозі виникнення витрат, недоотримання доходу або зменшення ринкової вартості капіталу в результаті утримання відкритої валютної позиції.

Управління валютним ризиком - передбачає зменшення негативного впливу зміни курсів валют на фінансовий результат діяльності і капітал банку

Операційний ризик являє собою імовірність виникнення збитків, додаткових втрат, недоотримання запланованих доходів унаслідок помилок в організації внутрішніх процесів банку або внаслідок впливу зовнішніх факторів. З метою управління операційними ризиками застосовуються наступні інструменти: ведення бази внутрішніх подій операційного ризику (Loss Data Base), самостійна оцінка ризиків та механізмів внутрішнього контролю (Risk Self-Assessments), превентивний аналіз перед впровадженням нових продуктів (значних змін), моніторинг ключових ризик-індикаторів (Key Risk Indicators), стрес-тестування, оцінка необхідного розміру капіталу для покриття збитків внаслідок операційних ризиків.

Комплаєнс – забезпечення відповідності діяльності банку та дій його співробітників регуляторним вимогам, принципам етики та поведінки, а також міжнародним практикам, зокрема рекомендаціям Базельського комітету банківського нагляду.

Комплаєнс відповідає за дотримання банком норм законодавства, внутрішніх банківських документів та відповідних стандартів професійних об'єднань, за виконання вимог корпоративної етики, управління комплаєнс-ризиками, врегулювання ситуацій конфлікту інтересів та попередження зловживання ними. Головний актив банку це довіра клієнтів, яка ґрунтується на впевненості в, що послуги надаються з дотриманням норм професійної етики та відповідають найвищим стандартам якості.

Банк самостійно розробляє методикау виявлення ризиків та політику управління ризиками, що передбачає самостійне встановлення банком показників, видів ризиків на підставі обґрунтованих висновків.

Наявність в банку ефективного механізму управління ризиками і уміння його вчасно виявити, оцінити і попередити підвищує прибутковість і конкурентоспроможність бізнесу і мінімізує його потенційні збитки.

Для підвищення ефективності політики управління ризиками необхідно розробити та запровадити Національним Банком України єдину уніфіковану методикау оцінювання ризиків банківської діяльності. Доцільним є формування системи показників, яка б комплексно характеризувала та відображала ризикованість діяльності банку та за якою банки звітували відповідно до обов'язкових економічних нормативів, проведення перевірки наявності системи управління ризиками в банках та оцінювання її ефективності.

Фінансова звітність ПАТ «Ощадбанк» https://www.oschadbank.ua/sites/default/files/2019-04/oschadbank_report-0426_new_2in1.pdf

УДК 35.077.2

КОВАЛЕНКО Н.С., КРАВЧУК А.В., магістрантки
Науковий керівник – **ЛОБУНЕЦЬ В.І.**, канд. екон. наук
Білоцерківський національний аграрний університет

ОСОБЛИВОСТІ ВПРОВАДЖЕННЯ ЕЛЕКТРОННОГО УРЯДУВАННЯ В УКРАЇНІ

Розглянуто впровадження сучасних інформаційно-комунікаційних технологій в системі державного управління. Досліджено проблеми розвитку електронного врядування в Україні та напрями їх розв'язання. З'ясовано, що для усунення перешкод цифрової трансформації України прийнято ряд рішень, серед яких створення Державного агентства з питань електронного урядування, введення в дію законодавчо-нормативних документів, що суттєво сприятимуть розширенню сфери цифрових комунікацій. Зроблено висновок про успішне впровадження системи електронного управління.

Ключові слова: електронне врядування, цифрова трансформація, цифрові комунікації, електронна ідентифікація.

Сучасне суспільство вимагає перебудови системи управління в більш сучасну, засновану на електронних складових. Впровадження е-урядування та е-ідентифікації суттєво спрощує урбанізований спосіб життя населення, підвищує мобільність людей, економить матеріальні витрати та час на паперову тяганину і постійні черги в адміністановах.

Сутність електронного врядування полягає в запровадженні сучасних інформаційно-комунікаційних технологій в системі державного управління. Особливість використання електронного врядування полягає у поєднанні електронного уряду та електронної демократії.

В дослідженні сутності та особливостей електронного урядування чільне місце належить ряду вітчизняних вчених, серед них: С.А. Чукут, А.І. Семенченко, В.М. Дрешпака, А.О. Серенок та ін. [1,2].

Основна мета впровадження електронного урядування полягає в наданні ряду адміністративних послуг населенню відповідними органами в режимі «он-лайн». Сьогодні населення України завдяки інформаційно-комунікаційним інструментам має змогу отримати значний перелік адмінпослуг від органів державної влади в електронній формі. Електронне урядування адаптує державне управління відповідно до потреб сучасного інформаційного суспільства.

Перед країнами Європейського Союзу, як і перед Україною, нині стоїть завдання розв'язати проблему розвитку електронного урядування. Серед основних є проблеми взаємодії інноваційних технологій в електронній системі управління як на рівні державних органів, так і на рівні органів місцевого самоврядування; формування національної безпеки в умовах інформаційної війни, вилучення персональних даних кіберзлочинцями; проблема втрати національної особливості та привабливості через активне копіювання зарубіжного досвіду; проблеми непередбаченого збою обладнання та втрати електронної бази даних [1, 2].

Для українців електронна система управління створює значні переваги в отриманні великої кількості адмінпослуг. З 2014 року в Україні працює Державне агентство з питань електронного урядування. Ми поступово рухаємося в напрямі розширення електронного управління та запровадження електронної ідентифікації. Зокрема, було прийнято Закон «Про електронні довірчі послуги» від 5 жовтня 2017 року, який вступив в дію у листопаді 2018 р. В законі визначено поняття таких термінів, як «електронна ідентифікація», що визначається як процес використання ідентифікаційних даних людини в електронній формі, які однозначно ідентифікують фізичну чи юридичну особу або представника юридичної особи; «ідентифікаційні дані особи», як набір унікальних даних, який дозволяє однозначно встановити фізичну чи юридичну особу або представника юридичної особи та інші терміни, пов'язані з ідентифікацією фізичної чи юридичної особи [3].

Визначною подією у розв'язанні завдань електронного урядування стало прийняття «Концепції розвитку цифрової економіки в Україні до 2020 року», Метою прийняття цього документа стала розробка механізму реалізації «Цифрової стратегії України 2020» за для усунення перешкод цифрової трансформації України у перспективних сферах. Зокрема, запропоновано до впровадження інструментарій подолання цифрової нерівності, покращення співпраці України з ЄС у сфері цифрових комунікацій, розширення інноваційної інфраструктури шляхом введення цифрових перетворень [4].

Важливі зміни щодо впровадження електронного урядування в нашій країні відбулися також в освітній сфері. Зокрема, успішно впроваджена система електронної подачі документів при вступі у заклади вищої освіти.

Отже, особливістю сучасної системи електронного управління є успішне впровадження е-урядування, що сприяє економії бюджетних коштів на адміністрування та підвищує його якість; зменшує бюрократизацію та корупцію в органах влади; розширює доступ населення до публічної інформації та підвищує рівень його демократизації; створює умови для зростання економіки, особливо в галузях цифрової інфраструктури, тощо.

1. Чукут С.А. Впровадження електронного урядування в умовах мережевої війни. Публічне управління та адміністрування: збірник наукових праць. – 2015. – №1. С. 159-162.
2. Електронне урядування та електронна демократія: навч. посіб.: у 15 ч. / за заг. ред. А.І. Семенченка, В.М. Дрешпака. Частина 2: Електронне урядування: основи та стратегії реалізації / А.І. Семенченко, А.О. Серенок. К.: ФОП Москаленко О.М., 2017. 72 с. URL: https://onat.edu.ua/wp-content/uploads/2018/05/Part_002_Feb_2018.pdf
3. Про електронні довірчі послуги. Закон України від 5.10.2017 р. № 2155-VIII, URL: <http://www.zakon.rada.gov.ua>.
4. Про схвалення Концепції розвитку цифрової економіки та суспільства України на 2018–2020 роки та затвердження плану заходів щодо її реалізації. Розпорядження Кабінету Міністрів України від 17 січня 2018 р. № 67-р URL: <https://www.kmu.gov.ua/ua/npas/pro>

УДК 388.486:631.115.11 (477)

КУЧЕРУК Т.С., магістрантка

ЗАБОЛОТНЯ А.В., студентка 4 курсу

Науковий керівник – ЛОБУНЕЦЬ В.І., канд. екон. наук

Білоцерківський національний аграрний університет

ПЕРЕВАГИ РОЗВИТКУ СІЛЬСЬКОГО «ЗЕЛЕНОГО» ТУРИЗМУ

Проведено аналіз проблем та перспектив розвитку туристичної галузі в Київській області та м. Біла Церква. Оцінено показники діяльності туристичної сфери. Досліджено причини низьких показників розвитку галузі туризму. Виокремлено потенційні переваги розвитку сільського «зеленого» туризму та запропоновано складові програми розвитку туризму у м. Біла Церква.

Ключові слова: туризм, туристична інфраструктура, стратегія розвитку, «зелений» туризм.

Розвиток туристичного бізнесу залишається одним з пріоритетних напрямів економічної політики України. Свідченням цього є затверджена Кабінетом Міністрів Державна цільова соціальна програма розвитку в Україні спортивної і туристичної інфраструктури на 2011-2022 рр. [1]. Програма направлена на залучення довгострокових інвестиційних ресурсів, реалізацію ефективних бізнес-проектів у сфері туризму.

Дослідженням проблематики розвитку туризму в різних регіонах, в тому числі в Київській області, займалися відомі вчені Н. В. Погуда, А. М. Полтавець, Л. М. Воловик, В. В. Папп, Н. В. Бошота та інші [2, 3, 4, 5].

Однією з проблем розвитку туризму в Київському регіоні є низький рівень підтримки та слабка туристична інфраструктура, невідповідний рівень кластерного підходу до формування туристичного потенціалу регіону [2]. Тому вважаємо, що формування складових розвитку туризму на рівні області та міст регіону сприятиме вирішенню нагальних проблем та стане орієнтиром у складанні Стратегії розвитку туризму.

За статистичними даними у 2018 році Україну відвідало 14,2 млн іноземних туристів, що на 3% менше минулого року. Головною метою в'їзду були подорожі з приватними цілями, які становили більш ніж 90 % усіх подорожей [6]. Одночасно, сукупні надходження туристичного збору та податкових платежів з туристичної галузі зросли в 2018 році до 4,2 млрд грн [7].

Відповідно до «Програми розвитку туризму та туристичної інфраструктури Київської області», яка була реалізована протягом 2017-2018 років, дохідна частина від туризму та супутніх послуг в структурі валового регіонального продукту Київської області становила не більше 2%. Основними причинами такої низької частки доходів від туризму називають: відсутність системного підходу до формування ринку туристичних послуг; недосконалість туристичної інфраструктури та послуг відповідно до міжнародних стандартів; слабка інформованість про туристичні продукти; тіньовий характер туристичного бізнесу [8].

Цікавою з точки зору розширення перспектив туризму є Стратегія розвитку Київської області до 2020 року. Згідно з цим документом найбільшу динаміку зростання має сектор світового туристичних послуг в напрямі сільського зеленого туризму. Так і Київській області перспективними для зеленого туризму є села Білоцерківського, Богуславського, Переяслав-Хмельницького та ряду інших районів [9]. Серед ознак сільського зеленого туризму виділимо: відкритість простору та близькість до природного середовища; розташування у сільській місцевості; побудова туристичних послуг на особливостях сільського життя, малого підприємництва, відкритого простору, контакту з природою, культурної спадщини; невеликі масштаби підприємницької діяльності, яка здійснюється переважно сім'ями з врахуванням місцевих традицій [5].

Так у Білоцерківському районі мала місце «Програм розвитку малого і середнього підприємства», якою передбачалося залучення суб'єктів малого бізнесу до впровадження ряду проектів у сфері «зеленого» туризму, зокрема, прокладання маршрутів оздоровчого, екскурсійно-культурного, етнографічного, екологічного, гастрономічного туризму, проведення тренінгів «Як розпочати бізнес у сфері зеленого туризму» [9].

Отже, вважаємо, що Київська область має значний потенціал у розвитку туристичної галузі. Наявний у м. Біла Церква туристично-рекреаційний потенціал дозволить сформувати та реалізувати Стратегію розвитку туризму у м. Біла Церква за рахунок залучення зацікавлених представників малого бізнесу.

1. Державна цільова соціальна програма розвитку в Україні спортивної та туристичної інфраструктури у 2011-2022 роках. URL: <http://zakon.rada.gov.ua/laws/show/707-2011-%D0%BF#n12>
2. Погуда Н. В., Горпинюк О. С. Особливості формування стратегії м. Біла Церква. Ефективна економіка. 2017. № 12. URL: <http://www.economy.nayka.com.ua/?op=1&z=5956>
3. Полтавець А. М. Рекреаційний потенціал Київської області. Землеустрій, кадастр і моніторинг земель. 2015. № 4. С. 72-81. URL: http://nbuv.gov.ua/UJRN/Zemleustriy_2015_4_13.
4. Воловик Л. М. Особливості розвитку рекреаційно-туристичного комплексу столичного регіону (на прикладі Київської області). Географія та туризм. 2013. (26). С. 164-173. URL: http://nbuv.gov.ua/UJRN/gt_2013_26_23.
5. Папп В. В., Бошота Н. В. Розвиток підприємництва у сфері сільського зеленого туризму. Економіка та суспільство. 2017. Випуск 13. С. 892-898. URL: http://www.economyandsociety.in.ua/journal/13_ukr/249.pdf
6. Вперше за три роки в Україну скоротився потік іноземних туристів. URL: https://zik.ua/news/2019/04/12/vpershe_zh_try_roky_v_ukrainu_skorotyvsya_potik_inozemnyh_turystiv_1550321 https://zik.ua/news/2019/04/12/vpershe_zh_try_roky_v_ukrainu_skorotyvsya_potik_inozemnyh_turystiv_1550321
7. У 2018 році доходи від туризму в Україні зросли майже на третину. URL: https://zik.ua/news/2019/02/21/u_2018_rotsi_dohody_vid_turyzmu_v_ukraini_zrosly_mayzhe_na_tretynu_mert_1514507
8. Програма розвитку туризму та туристичної інфраструктури в Київській області на 2017-2018 роки. URL: <http://www.koda.gov.ua/>
9. Стратегія розвитку Київської області на період до 2020 року. URL: <https://www.kyivregioneconomy.com/strategiya-kiyivskoyi-oblasti-2020>.

УДК: 35.07/.08(477):005.2'06

БАЛЦЬКА Н.І., магістрантка

Науковий керівник – **АРБУЗОВА Т.В.**, канд. екон. наук

Білоцерківський національний аграрний університет

ВПРОВАДЖЕННЯ СУЧАСНИХ УПРАВЛІНСЬКИХ МОДЕЛЕЙ В ПРАКТИКУ ПУБЛІЧНОГО МЕНЕДЖМЕНТУ В УКРАЇНІ

Сучасний стан державної управлінської сфери і відносин стосовно політики та соціальних відносин в Україні свідчить про необхідність переосмислення практики та застосування нових підходів та механізмів публічного управління та адміністрування в системі владних відносин. З'ясовано зміст управлінських моделей New Public Management та Good Governance та доведено актуальність їх застосування в практиці вітчизняного публічного менеджменту. Зроблено висновок, що реформи системи державного управління мають відбуватися систематично з метою підвищення ефективності та результативності управлінської діяльності, а також оптимізації процесів

керування, поліпшення державної суспільної комунікації та розвитку відносин в сфері соціального забезпечення.

Ключові слова: публічне управління, управлінська модель, New Public Management, Good Governance, державні послуги, влада.

Зміни, що активно відбуваються в українському суспільстві, вимагають удосконалення та активного поліпшення системи державного управління. Це, в свою чергу, відкриває можливості для її нового розвитку в сучасних умовах життєдіяльності суспільства [1]. Саме тому актуальною і значущою є проблема підвищення ефективності діяльності органів державної влади загалом та виконавчої гілки зокрема, органів місцевого самоврядування та якості наданих державних послуг. Виходячи з цього можна зазначити, що такі сучасні концепції публічного управління як New Public Management та Good Governance є надзвичайно актуальними сьогодні і є своєрідними альтернативами класичним підходам в межах публічного менеджменту, що переважно спирались на ієрархію та бюрократію.

Основними принципами New Public Management («нове суспільне управління»), як сучасної моделі реформування суспільного управління, на сучасному етапі розвитку та актуалізації управлінських відносин є [2]:

1. Управління, готове до змін («Steer more than row») – зміна підходу до державного управління в цілому. Традиційна модель зіштовхується з проблемою, коли доходи, що зменшуються, не дозволяють фінансувати зростаючі потреби в наданні державних послуг;
2. Держава, що працює для суспільства («Community – Owned Government») – реалізація принципу субсидіарності: в цілях економії реалізація колишніх державних програм передається місцевим співтовариствам;
3. Конкуренція – держава утримується від монополії в наданні державних послуг, що дозволяє підвищити їх якість та знизити ціни;
4. Місія важливіша за правила («Mission – Driven Government») – скорочення органів державної влади. Органи влади, що залишаються, реформуються по бізнес-зразку, де місія важливіше регламенту та процедур, а цілі визначають кошти;
5. Орієнтація на клієнта («Customer – Driven Government») – громадянин розглядається як клієнт, що купує державні послуги. Які послуги і де купувати – вирішує сам громадянин;
6. Децентралізована держава, яка найкраще реалізує принцип субсидіарності;
7. Стимулювати, а не контролювати. Державне втручання в економіку більш ефективно не у вигляді створення державного сектору, а в вигляді стимулів для бізнесу.

Good Governance («хороше управління») – це нова концепція публічного управління, що базується на основі принципів розподілу влади, народовладдя, виборності та змінності вищих керівних облич, верховенства закону, політичного плюралізму, інклюзивності та транспарентності, незалежності ЗМІ та демократизму. Ключовими напрямками впровадження Good Governance [3] є:

1. Верховенство права (rule of law) – наявність справедливих законів і дійсний захист прав людини, особливо для демократичних меншин;
2. Рівність та недискримінація (equity and inclusiveness) – рівний підхід до всіх громадян;
3. Участь (participation) – учать громадян в процесі прийняття державних рішень;
4. Оперативність (responsiveness) – адміністративні процеси в розумний час забезпечують зацікавленість і дають можливість участі всіх зацікавлених осіб;
5. Орієнтація на консенсус (consensus oriented) – використовуються механізми опосередкування та інші способи для досягнення загальної згоди в прийнятті рішень;
6. Результативність та ефективність (effectiveness and efficiency) – органи влади мають продукувати результати, що забезпечать суспільні інтереси;
7. Прозорість (transparency);
8. Підзвітність (accountability).

Українська державна управлінська структура на шляху власного розвитку та розвитку суспільного середовища має активно та виважено спиратись на теоретичні засади і практичний досвід інших розвинених країн, що впроваджували сучасні моделі управління. Стаючи на шлях впрова-

дження концепцій New Public Management та Good Governance, Україна має адаптувати найбільш корисні їх аспекти з огляду на власні соціально-політичні умови, культурно-історичні особливості, економічний та політичний розвиток, ментальні риси українського народу тощо.

Вивчення та дослідження концепцій допоможуть виявити комплекс заходів та механізмів до їх запровадження в Україні, що можуть стати в нагоді при вдосконаленні української системи адміністрування та управління в контексті загальної демократизації та формування системи комплексного дослідження публічного управління у цілому.

Отже, сучасні управлінські моделі New Public Management та Good Governance є свідченням того, що зміна моделі публічного управління, зокрема і в Україні, найбільш інноваційно має відбуватись лише на виваженій, теоретично обґрунтованій та практично підтвердженій основі, з врахуванням контексту соціального, політичного, економічного, морального, духовного середовища. Загалом же, публічне управління, як реальне явище, завжди було, є і буде об'єктом удосконалення та систематизації з використанням нових управлінських моделей, теорій, концепцій.

1. NPM – новая модель управления обществом, основные идеи и положения. URL: <http://www.dvncms.khv.ru/node/283> (дата звернення: 03.11.2019).
2. Васильева В.М. Государственная политика и управление : учебник и практикум. Москва : Издательство Юрайт, 2018. 345 с. URL: https://studme.org/141963/menedzhment/osnovnye_printsipy_public_management (дата звернення: 04.11.2019).
3. Качество государственного управления. URL: https://ru.wikipedia.org/wiki/Качество_государственного_управления (дата звернення: 04.11.2019).

УДК 331.101.6:005.642.5

ПЕРТРЕНКО А.В., магістрант

Науковий керівник – **СТАДНИК Л.І.**, канд. екон. наук
Білоцерківський національний аграрний університет

НАПРЯМИ ПІДВИЩЕННЯ ПРОДУКТИВНОСТІ ПРАЦІ ПЕРСОНАЛУ ПІДПРИЄМСТВА

Були визначені та розглянуті інноваційні напрями підвищення продуктивності праці персоналу на підприємстві, які не потребують капіталовкладень, а є опосередкованими на створенні системи ефективного управління менеджментом підприємства.

Ключові слова: підприємство, продуктивність, продуктивність праці, персонал підприємства, керівництво.

Підвищення ефективності працівників виходить далеко за рамки того, щоб працівники працювали відпрацювали, зміну на робочому місці. Підвищення продуктивності працівників означає залучити їх до економічної діяльності, чому вони в першу чергу малоефективні ефективні.

Наші 9 напрямів щодо підвищення продуктивності праці працівників підприємства:

1. Економічні стимули для всіх працівників. Стимули повинні стосуватися всіх працівників, а не лише працівників вищого рівня. Якщо керівництво хоче, щоб навіть співробітники нижчого рівня були віддані успіху вашого бізнесу, керівництво повинне реалізовувати стимули підприємства на всіх рівнях. Програма стимулювання повинна бути прив'язана до конкретних цілей.

2. Змістовні накази. Керівники повинні віддавати чіткі, змістовні, короткі та лаконічні накази, які не мають подвійних тлумачень. Накази повинні бути зрозумілими для робітників, які їх виконують.

3. Зробити повагу пріоритетною. Існує різниця між повагою до співробітників лише за роботу, яку вони виконують, і повагою до них як особистості. Керівництво повинно регулювати відносини між персоналом на робочому місці. Продуктивні працівники - це працівники, які відчувають повагу як до людей, якими вони є.

4. Навчання для всіх рівнів управління. Керівництво повинно готувати не тільки топ-менеджмент, але й керівників середньої ланки та малої. Багато керівників потребують підтримки навчання та можливостей розвитку.

5. Підтримка працівників. Підтримка керівництвом може виявлятися різними способами. Керівництво підприємства повинно створити оптимальні умови на підприємстві, стерти формальні відносини, щоб робітник відчував себе, як в «сім'ї».

6. Встановлення чітких цілей. Однією з найкращих стратегій підвищення продуктивності праці на робочому місці доведення до працівників цілей підприємства, які вони повинні досягнути. Встановіть чіткі правила та очікування та чому ставиться мета. Застосовуйте цілі рівномірно у відділах або в цілому по компанії, щоб ніхто не відчував себе відокремленим.

7. Підвищення похвали та визнання. Якщо працівник робить щось, що заслуговує на похвалу та визнання, керівництво не повинно залишати це без уваги. Визнання насправді може бути навіть кращим мотиватором, ніж гроші.

8. Кожному потрібна перерва, будь то короткий або довший відпочинок, і це допомагає поліпшити роботу мозку. Керівництво повинно дозволяти працівникам відпочивати, щоб запобігти виникненню перевтоми і виробничого травматизму.

9. Повага до керівництва. Працівники підприємства повинні поважати своїх керівників, і зберігати субординацію. Якщо працівник поважає керівника він краще засвоює і виконує його накази.

1. Бойчик І. М. Економіка підприємства : навч. посіб. / І.М.Бойчик.– К. : Атіка, 2012. – 543 с.
2. Гетьман О.О. Економіка підприємства: [навчальний посібник] / О.О. Гетьман, В.М. Шаповал. – К.: Центр учбової літератури, 2010. — 488с.
3. Гой І.В., Смелянська Т.П. Основи підприємницької діяльності / Навчально-методичний посібник. – Хмельницький, 2012. – 245 с.
4. Економіка підприємства: [підручник] / За заг. Редакцією С.Ф. Покропивного. – Вид. 2-ге, перероб. та доп. – К.: КНЕУ, 2011. - 451 с.
5. Цал - Цалко Ю.С. Економіка підприємства: [навч. посіб.] / Ю.С. Цал – Цалко, Б.Ю. Холод – Ж.: ЖІТІ, 2011. – 371 с.

УДК 338.24

ЛИХОВИДЬКО А.Ю., магістрантка

Науковий керівник – **КОВАЛЬ Н.В.**, канд. екон. наук

Білоцерківський національний аграрний університет

УПРАВЛІННЯ РЕЗУЛЬТАТИВНІСТЮ ВИКОРИСТАННЯ ПОТЕНЦІАЛУ ПІДПРИЄМСТВА

Визначено сутність управління результативністю потенціалу підприємства. Здійснено порівняння дієвого та результативного підходів до управління. Проаналізовано основні етапи процесу управління за результатами та різноманітні системи управління ефективністю (результативністю) бізнесу, що впроваджуються нині українськими підприємствами. Зроблено висновок щодо необхідності застосування результативного підходу до управління потенціалом підприємств в умовах парадигми сталого розвитку.

Ключові слова: потенціал підприємства, результативність, ефективність, управління.

Аналіз підходів науковців до визначення поняття «управління результативністю використання потенціалу підприємства» дає можливість сформулювати власний підхід з врахуванням парадигми сталого розвитку та трактувати його як цілеспрямований процес формування, реалізації та розвитку потенціалу підприємства з метою максимізації добробуту власників та врахуванням потреб внутрішніх (працівників) та зовнішніх (споживачів, партнерів, місцевих громад, інститутів громадянського суспільства та держави) стейкхолдерів.

Оскільки результативність, згідно з п. 3.2.14 ДСТУ ISO 9000:2001, це «ступінь реалізації запланованої діяльності і досягнення запланованих результатів» [1], управління результативністю передбачає забезпечення менеджментом підприємства максимального співпадіння запланованих та досягнутих результатів діяльності компанії [2, с. 250]. При цьому слід враховувати як результати комерційної діяльності підприємства (рентабельність, ефективність інвестицій тощо), так і функціональні (кількість і якість виробленої продукції, ефективність використання сировини, ступінь завантаження виробничих потужностей) та результати підтримки (мотивованість персоналу, імідж підприємства тощо).

Г.В. Осовська та О.А. Осовський здійснили порівняння окремих складових процесу управління при використанні дієвого та результативного підходів до управління [3, с. 249]. Аналіз дослідження вказаних авторів дає можливість зробити висновок, що результативний підхід до управління потенціалом підприємства орієнтує менеджмент на постійний пошук можливостей за допомогою чіткого визначення пріоритетів, стимулювання впровадження інновацій, постійного порівняння запланованих та досягнутих результатів, пошук резервів підвищення результативності.

Отже, основними етапами процесу управління за результатами є: 1) визначення бажаних результатів у формі «дерева цілей»; 2) організація діяльності з досягнення цілей (бажаних результатів) з врахуванням зовнішніх та внутрішніх ситуаційних чинників; 3) контроль, у процесі якого визначаються фактори та резерви підвищення результативності використання потенціалу підприємства та ухвалюються рішення щодо проведення відповідних заходів.

Система управління результативністю використання потенціалу підприємства включає два основні напрями оптимізації: 1) оптимізацію управління операційною діяльністю; 2) оптимізацію управління капіталом підприємства.

Метою оптимізації управління операційною діяльністю є підвищення рентабельності діяльності підприємства. Цього можна досягти шляхом підвищення ефективності використання ресурсів підприємства: основних засобів (про що свідчитиме, зокрема, зростання фондовіддачі), трудових ресурсів (зростання продуктивності праці), матеріальних ресурсів (зменшення матеріаломісткості тощо).

Метою оптимізації управління капіталом є підвищення рентабельності власного капіталу та зростання цінності бізнесу. Цього можна досягти шляхом підвищення ефективності використання капіталу підприємства та управління структурою капіталу [4].

Результати моніторингу результативності використання потенціалу підприємства повинні використовуватись з метою удосконалення носія потенціалу, підвищення відповідності елементів носія чинникам внутрішнього та зовнішнього середовища, а також для перегляду стратегії підприємства, забезпечення результативності використання та розвитку потенціалу підприємства шляхом удосконалення існуючих і впровадження нових механізмів управління потенціалом [5, с. 149].

Наприкінці слід зазначити, що в умовах глобалізаційних процесів та зростання конкуренції українські підприємства активно впроваджують різноманітні системи управління результативністю бізнесу, зокрема такі як Balanced Scorecard (BSC), Management by Objectives (MBO), Key Performance Indicators (KPI), Six Sigma, EFQM, Excellence Model тощо.

1. Системи управління якістю. Основні положення та словник: ДСТУ ISO 9000-2001. К.: Держстандарт України, 2001. 27 с.
2. Управління потенціалом підприємства: навч. посіб. / уклад. Н. В. Коваль. Біла Церква: БНАУ, 2018. 375 с.
3. Осовська Г. В., Осовський О. А. Менеджмент організацій: навч. посіб. К.: Кондор, 2005. 860 с.

4. Авдющенко А. С. Розробка системи показників управління результативністю підприємства з метою оптимального планування його діяльності. Інвестиції: практика та досвід. 2011. № 15. С. 59-64.
5. Харченко С. В. Управлінські аспекти забезпечення результативності використання потенціалу підприємства. Актуальні проблеми економіки. 2009. № 8(98). С. 141-149.

УДК 658.7:658.8

МАРТИНЧУК В.В., магістрантка

Науковий керівник – **КОВАЛЬ Н.В.**, канд. екон. наук

Білоцерківський національний аграрний університет

ОСОБЛИВОСТІ УПРАВЛІННЯ СИСТЕМОЮ ПОСТАЧАННЯ ТА ЗБУТУ АТ «ЖИТОМИРСЬКИЙ МАСЛОЗАВОД»

Проаналізовано результати виробничо-господарської діяльності АТ «Житомирський маслозавод». Досліджено особливості управління системою постачання та збуту підприємства. Зроблено висновок щодо необхідності удосконалення управління системою постачання і збуту підприємства в умовах висококонкурентного ринку.

Ключові слова: постачання, збут, логістична система, експорт, ФОПСТИЗ.

АТ «Житомирський маслозавод» випускає широкий асортимент продукції під торговою маркою «Рудь» та є лідером серед українських виробників морозива. У 2017 р. підприємством було вироблено 24747 т морозива, від продажу якого було отримано 1204977 тис. грн. або 62% доходу. Основні зусилля підприємства спрямовані на розвиток преміум-сегменту (створення і просування елітного морозива). Проте підприємство виробляє також морозиво середньої і низької цінової категорії. Крім морозива, АТ «Житомирський маслозавод» пропонує споживачам продукцію з незбираного молока, сухе знежирене молоко, а також заморожені овочі, ягоди та напівфабрикати під торговими марками «Шеф-кухар» і «Хуторок».

За добу АТ «Житомирський маслозавод» виготовляє близько 150 т морозива. Досягти таких результатів підприємству вдалось завдяки формуванню потужної команди висококваліфікованих спеціалістів та використанню унікального для України вискоефективного обладнання, наприклад, лінії «Straightline SL1100 F2» від Tetra Pak, яка може виробляти близько 27 тис. порцій морозива за годину, або сучасного німецького обладнання Big Drum для виробництва ексклюзивного морозива.

Аналіз фінансових результатів діяльності підприємства свідчить, що у 2017 р. порівняно з 2015 р. чистий дохід від реалізації продукції АТ «Житомирський маслозавод» зріс на 27,61%, валовий прибуток – на 39,25%, прибуток від операційної діяльності – на 36,12%. Проте внаслідок зростання фінансових витрат фінансовий результат до оподаткування зріс лише на 14,57%, а чистий прибуток – на 19,54%. Чистий прибуток АТ «Житомирський маслозавод» становив у 2017 р. 124907 тис. грн. Витрати на збут продукції зросли протягом досліджуваного періоду на 45,75% і становили у 2017 р. 350192 тис. грн. [1].

Протягом 2015-2017 рр. структура ринку морозива за основними гравцями не зазнала суттєвих змін (рис. 1). Ринок морозива є висококонкурентним. Конкурентоспроможність АТ «Житомирський маслозавод» залежить, з одного боку, від можливостей завантаження виробничих потужностей якісною сировиною, з іншого – від здатності своєчасно та за найвигоднішими цінами реалізувати готову продукцію. Вирішенням вказаних завдань займаються служби матеріально-технічного постачання та логістики, відділи маркетингу та збуту АТ «Житомирський маслозавод».

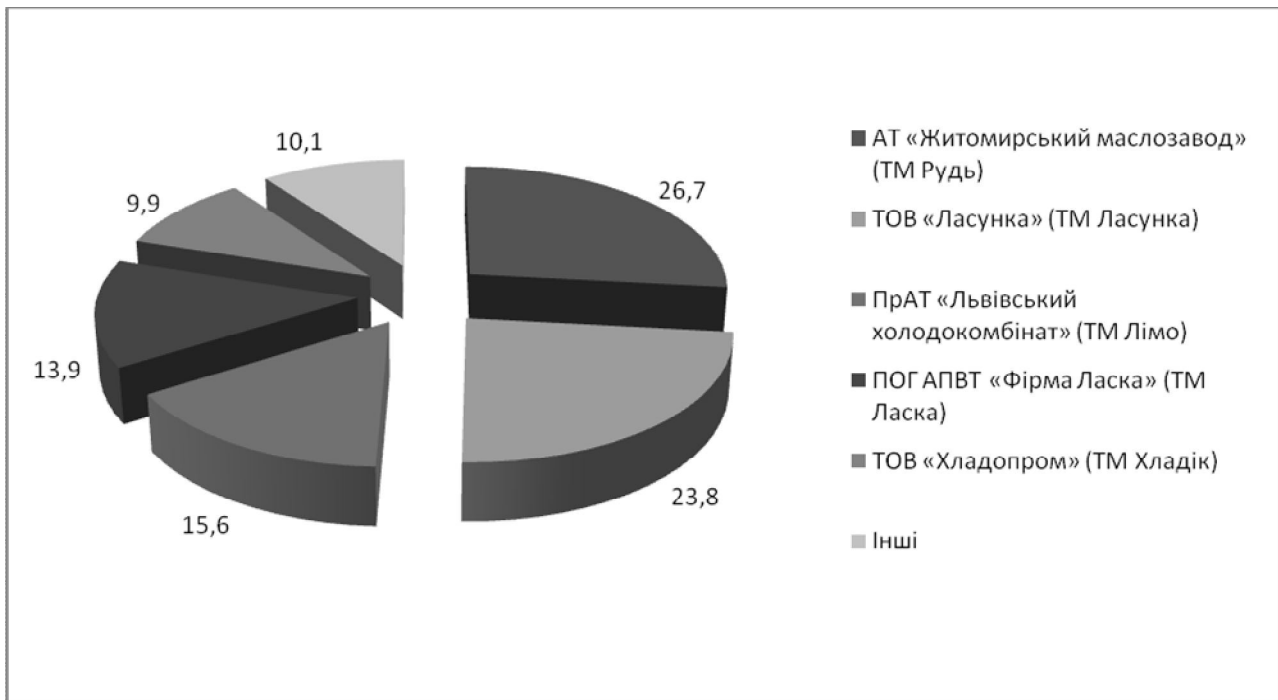


Рис. 1. Структура ринку морозива за основними гравцями у 2017 р.
за даними аналітичної компанії AR-group

Джерело: побудовано за [1].

За добу АТ «Житомирський маслозавод» переробляє близько 300 т молока (за рік це близько 110 тис. т). Тому відділ закупівель сировини веде активну роботу щодо налагодження співпраці з великими виробниками молокосировини, які здатні забезпечити необхідні умови її якісного виробництва і зберігання, оптимізації витрат на транспортування сировини, а також захисту своєї сировинної зони від посягань конкурентів. Одним з постачальників АТ «Житомирський маслозавод» є ТОВ «Агрофірма Київська» – найбільше підприємство в Макарівському районі Київської області, яке має понад 2200 голів ВРХ, в тому числі 900 корів, та виробляє понад 20 т молока на добу. ТОВ «Агрофірма «Київська» постачає АТ «Житомирський маслозавод» молоко гатунку «екстра» для виробництва морозива, яке відповідає європейським вимогам. З метою покращення матеріально-технічного постачання підприємство із серпня 2015 р. запровадило тендерні закупівлі з використанням механізму відкритих конкурсів.

Основний обсяг продукції АТ «Житомирський маслозавод» реалізується на внутрішньому ринку. Нині продукція підприємства присутня в більш ніж 60 тисячах торгових точок України. АТ «Житомирський маслозавод» має два дочірніх підприємства, створених з метою реалізації продукції: ТОВ «Торгова фірма «Рудь» та ТОВ «Белпродзабезпечення». З метою диверсифікації продажів підприємство за останні три роки суттєво розширило свою присутність на багатьох регіональних ринках України. У всіх областях працюють один або кілька дистриб'юторів, які гарантують якісне поширення продукції в регіоні.

Продукція АТ «Житомирський маслозавод» також користується попитом і за межами України. Підприємство динамічно розвиває експортний напрям. Частка експорту в реалізації морозива АТ «Житомирський маслозавод» зростає з 3% у 2015 р. до 7,5% у 2017 р. [2]. Нині продукція підприємства експортується в 30 країн світу.

Розвитку експортного напрямку сприяла багаторічна праця АТ «Житомирський маслозавод» щодо відповідності вимогам міжнародних стандартів. АТ «Житомирський маслозавод» нині має Сертифікати відповідності ISO 9001:2015, ISO 14001:2015, ISO 22000:2005, Сертифікат ТОВ «Органік Стандарт» на переробку та торгівлю органічними продуктами, що еквівалентний Стандарту ЄС. З 10 січня 2016 р. АТ «Житомирський маслозавод» отримало дозвіл на експорт продукції до ЄС.

АТ «Житомирський маслозавод» збільшує обсяги реалізації продукції завдяки постійному використанню заходів з формування попиту та стимулювання збуту (ФОПСТИЗ), зокрема, збільшення кількості холодильного обладнання у дистриб'юторів, активної участі у численних благодійних проектах, проведення в різних містах України «Свят Морозива», різноманітних акцій, масштабних рекламних кампаній, організації дегустацій, оптимізації асортименту продукції.

Значним кроком на шляху удосконалення системи збуту продукції АТ «Житомирський маслозавод» було впровадження ERP системи Microsoft Dynamics NAV, що дало можливість удосконалити процеси планування виробництва продукції, зменшити складські запаси, оптимізувати транспортні витрати, знизити витрати підприємства, покращити відносини з постачальниками та клієнтами [3].

1. Акціонерне товариство «Житомирський маслозавод». URL: <https://smida.gov.ua/db/participant/00182863>
2. Офіційний сайт АТ «Житомирський маслозавод». URL: <https://rud.ua>
3. Впровадження MICROSOFT DYNAMICS NAV на ПАТ «Житомирський маслозавод» (компанія «Рудь»). URL: <https://innoware.com/uk/clients/stories/vprovadzenna-microsoft-dynamics-nav-na-vat-zitomirskij-maslozavod-rud>

УДК 336.14

ПУСТОВІТ Ю. І., магістрант

Науковий керівник – **КОВАЛЬ Н.В.**, канд. екон. наук

Білоцерківський національний аграрний університет

НОРМАТИВНО-ПРАВОВЕ ТА ІНСТИТУЦІЙНЕ ЗАБЕЗПЕЧЕННЯ РЕГІОНАЛЬНОГО РОЗВИТКУ

Визначена сутність поняття «регіональний розвиток». Проаналізовано сучасний стан нормативно-правового забезпечення державної регіональної політики, повноваження та функції суб'єктів регіонального розвитку. Зроблено висновок щодо необхідності удосконалення нормативно-правового та інституційного забезпечення регіонального розвитку.

Ключові слова: регіональний розвиток, нормативно-правові акти, інституційне забезпечення.

Регіональний розвиток – це процес позитивних незворотних змін, що призводять до покращення якості життя населення регіону в довгостроковій перспективі та описуються сукупністю соціально-економічних показників [1, с. 41]. Ці зміни відбуваються в результаті реалізації державної регіональної політики окремими інститутами.

Управління регіональним розвитком потребує нормативно-правового забезпечення, яке ні, у зв'язку з процесами децентралізації та євроінтеграції, перебуває на стадії становлення.

Класифікація, перелік та детальний аналіз чинних законодавчих актів у сфері регіонального розвитку наведені у праці [2]. Особливу увагу слід звернути на так зване спеціальне законодавство з регіонального розвитку, до якого відноситься Закон України «Про стимулювання розвитку регіонів» від 08.09.2005 р. № 2850-IV та Закон України «Про засади державної регіональної політики» від 05.02.2015 р. № 156-VIII. У першому з них визначено мету стимулювання розвитку регіонів – їх сталий розвиток та підвищення рівня життя населення. У другому визначено сутність державної регіональної політики, її принципи, мету, об'єкти, суб'єкти, пріоритети, а також наведено перелік документів, які визначають особливості формування та реалізації державної регіональної політики. Питання фінансування регіонального розвитку висвітлені в бюджетному законодавстві, зокрема, в статті 241 Бюджетного кодексу України, яка унормовує функціонування Державного фонду регіонального розвитку.

До інших важливих нормативно-правових актів у сфері регіонального розвитку слід віднести наступні Постанови Кабінету Міністрів України: «Про затвердження Типового положення про агенцію регіонального розвитку» від 11.02.2016 р. №258; «Про затвердження Порядку розроблення Державної стратегії регіонального розвитку України і плану заходів з її реалізації, а також проведення моніторингу та оцінки результативності реалізації зазначених Стратегії і плану заходів» від 11.11.2015 р. №931; «Про затвердження Порядку розроблення регіональних стратегій розвитку і планів заходів з їх реалізації, а також проведення моніторингу та оцінки результативності реалізації зазначених регіональних стратегій і планів заходів» від 11.11.2015 р. №932; «Про затвердження Державної стратегії регіонального розвитку на період до 2020 року» від 06.08.2014 р. №385 тощо.

Отже, можемо зробити висновок, що на даний момент у нормативно-правових актах чітко визначені: 1) інституції, які відповідають за формування й реалізацію регіональної політики (в першу чергу – Міністерство розвитку громад і територій); 2) документи, що визначають державну регіональну політику (Стратегія розвитку України; Державна стратегія регіонального розвитку України та План заходів з її реалізації; регіональні стратегії розвитку та плани заходів з їх реалізації; інвестиційні програми (проекти), спрямовані на розвиток регіонів; Генеральна схема планування території України; схеми планування територій на регіональному та місцевому рівнях); 3) джерела фінансування розвитку регіонів (місцеві бюджети та Державний фонд регіонального розвитку).

Засади регіональної політики визначає Верховна Рада України. У Верховній Раді дев'ятого скликання діє Комітет з питань організації державної влади, місцевого самоврядування, регіонального розвитку та містобудування.

У структурі Офісу Президента України створений Директорат з питань регіональної політики та децентралізації. Консультативно-дорадчим органом у сфері регіональної політики при Президентові України є Рада регіонального розвитку.

Головним органом центральної виконавчої влади, що забезпечує формування та реалізує державну регіональну політику, є Міністерство розвитку громад та територій України. При КМУ діє постійний (Рада з питань регіонального розвитку та місцевого самоврядування) та тимчасовий (Міжвідомча координаційна комісія з питань регіонального розвитку) консультативно-дорадчі органи з питань регіональної політики.

У формуванні та реалізації регіональної політики також беруть участь органи місцевого самоврядування та місцеві органи виконавчої влади, які беруть участь в розробленні та втіленні в життя регіональних стратегій розвитку та планів заходів з їх реалізації, стратегій розвитку міст, селищ та сіл, здійснюють моніторинг та оцінюють результативність реалізації вказаних стратегій.

Також значну роль у формуванні та реалізації регіональної політики відіграють агенції регіонального розвитку, міжнародні організації (наприклад, Європейська Комісія), неурядові організації (Інститут громадянського суспільства, Офіс Ради Європи в Україні, Всеукраїнська асоціація органів місцевого самоврядування «Українська асоціація районних та обласних рад»).

1. Возняк Г. В. Регіональний розвиток: сутність і методологічна основа. Регіональна економіка. 2015. №3. С. 34-43.
2. Гринчук Ю. С., Коваль Н. В. Нормативно-правове забезпечення формування та реалізації державної регіональної політики. Інвестиції: практика та досвід. 2019. №5. С. 9-15.
3. Гринчук Ю. С., Коваль Н. В., Вихор М. В. Система інституційного забезпечення формування та реалізації державної регіональної політики в Україні: проблеми та напрями удосконалення. Інвестиції: практика та досвід. 2019. №7. С. 23-30.

HLYVA N.S., 1st year master's degree student

glyvanikoletta@ukr.net

Scientific adviser – KOVAL N.V., Ph.D

BilaTserkva National AgrariumUniversity

PRICING AS ONE OF THE MAIN FACTORS FOR PRODUCT COMPETITIVENESS

Competitiveness of a product means its compliance with the conditions of a competitive market, consumer requirements of technical, economic and socio-organizational characteristics, as well as under commercial terms of sale of goods at higher level than similar products presented on the market.

Efficient pricing is grave for the success of the company. They can know what price they must offer in the only version- maintain profit margins and keeping up with the competition. Enterprise can choose from different pricing strategies, and the choice hangs on variety of factors.

Keywords: product competitiveness, pricing, pricing strategy.

A company can set a price for the purpose achieving the maximum profitability for each unit sold or total market share. Pricing is possible to:

establish barriers for the rivals entering the market;

grow up its market share;

just to hold on the market.

So price is usually the first of all that consumer pays attention to the product and is the determinative criteria that effects to his purchase decision.

In addition, what about pricing strategy? Regarding competition based pricing strategy, the purchasing power and behavior of costumers, costs, competition and price sensitivity is an important factors. To ensure a profitable business, managers must set the price in such a way that it covers the cost of production, the overhead of the company, and offers an appropriate profit. You have three options: price your product lower, higher, or the same as your rival. The most popular tactic is to set the price pursuant to the competitors, also known as competitive pricing strategy.

If the price is too low it means that they have abandoned the potential profit. The interesting thing is that buyers should have an understanding that they are getting a fair value "price-quality", herewith the price of the product should be low enough, but at a level sufficient to generate high profits. You should also consider the product life cycle with the phase at which the product is. Competition is a factor that you can ignore if your product is under development.

Consequently the following methods are recommended for the enterprise to set the right price for your products:

if you want to set a price above your competitor's price, then you will need to offer new features and enhancements to your product that would justify the price increase.

exactly it's your resources will create the difference between your price and the price of your competitor. It is very important for you to evaluate every step of your competitor, setting the price for your product because there is a risk of lowering the profit margin (you may not be able to recover the inflated cost and even become bankrupt);

if your prices are similar to your competitor, you will have no benefits. Apply on the on the properties of the product, and if you can offer the best features simultaneously, it will be an advantage for you and your competitors will be below yours.

Therefore, competitive pricing is a cumbersome game. Good awareness of pricing ability extorts deep knowing, experience and skills of your market segment and the market as a whole.

1. Armstrong, J. Scott, & F. Collopy (1996). Competitor Orientation: Effects of Objectives and Information on Managerial Decisions and Profitability. *Journal of Marketing Research* 33 (2), 188-199.

2. Kienzler, M.& C. Kowalkowski (2017). Pricing strategy: A review of 22 years of marketing research. *Journal of Business Research* (Vol. 78), 101-110.
3. Competitive Pricing Strategy - See How Products Are Priced: website. URL: <https://www.intelligenode.com/blog/competitive-pricing-strategy-see-products-priced/> (date of appeal: 12.11.2019).

УДК 336.71

ПАДАЛКА В.О., магістрант

Науковий керівник – РИБАК Н.О., канд. екон. наук

Білоцерківський національний аграрний університет

НАПРЯМИ ПІДВИЩЕННЯ ЕФЕКТИВНОСТІ УПРАВЛІННЯ ОБОРОТНИМ КАПІТАЛОМ ПІДПРИЄМСТВА

Важливою частиною забезпечення ефективної діяльності підприємств є управління оборотними активами. Основними завданнями при цьому є оптимізація обсягу, структури, динаміки зміни оборотних активів та політики їх фінансування.

Ключові слова: оборотний капітал, ефективність, оптимізація, нормування, платоспроможність, ліквідність.

Капітал – найважливіший фактор виробництва, ресурс тривалого користування. Без нього неможливе функціонування сучасного виробництва, існування будь-якої господарської діяльності людей. Важливою складовою капіталу підприємства є оборотний капітал, який виступає, як відмічає ряд вчених-економістів "кровоносною системою" будь-якого підприємства [2, с. 40; 3, с.115].

Нестача оборотного капіталу негативно позначається на ефективності господарювання підприємства. За недостатньої забезпеченості підприємства оборотним капіталом рівень його використання зменшується. Цим пояснюється необхідність постійного вдосконалення системи управління оборотним капіталом.

На кожному конкретному підприємстві склад і структура оборотних активів залежать від типу виробництва, витрат на виробництво продукції, матеріально-технічного постачання тощо.

Управління оборотним капіталом полягає у пошуку ефективних форм його фінансування, оптимізації обсягу, удосконаленні структури, забезпеченні прийнятного рівня ліквідності та підвищенні ефективності використання [1, с.77; 5, с.65].

За своєю структурою оборотні активи підприємства включають грошові кошти, дебіторську заборгованість, запаси, витрати майбутніх періодів, поточні фінансові інвестиції тощо. Вони знаходяться у постійному русі і ефективність їх використання характеризується швидкістю їхнього обертання, їх оборотністю. Чим швидше обертаються оборотні кошти, тим більше виробляється продукції, частина коштів вивільняється і утворює резерви для ще більшого виробництва. В кінцевому результаті це дасть можливість забезпечити платоспроможність підприємства і рентабельності активів.

Одним із завдань управління оборотними активами є необхідність забезпечення поточної платоспроможності та ліквідності активів. Для цього необхідно дотримуватися певних пропорцій між обсягом формування оборотних активів, дебіторською заборгованістю та грошовими коштами підприємства.

Формування оборотного капіталу проводиться за рахунок різних джерел фінансування, кожне з яких має свою вартість залучення. Мінімізувати відповідні витрати необхідно за рахунок удосконалення управління структурою фінансування. Для цього доцільно визначити джерела фінансування та підтримувати певні пропорції їх використання.

Для фінансової стійкості та платоспроможності підприємства має значення наявність власного оборотного капіталу, що формується за рахунок власних джерел фінансування. Для зростан-

ня частки власного оборотного капіталу треба збільшення його величини за рахунок прискорення оборотності та зменшення загальної потреби в оборотних коштах. Джерелом поповнення оборотних коштів є чистий прибуток підприємства.

Потрібно також підвищити прибутковість використання оборотних активів. Для цього необхідно дослідити кожний етап кругообігу активів, визначити наявність понаднормативних активів, активів, які не використовуються в господарському обігові, а також активи, які можуть приносити збитки. При необхідності розробити та реалізувати програму ліквідації виявлених активів та вивільнення грошових коштів.

Головною метою управління оборотним капіталом підприємства є максимізація прибутку і забезпечення його стійкої і достатньої платоспроможності. Завдання максимізації прибутку і забезпечення високої платоспроможності в певній мірі протистоять один одному. Так, для підвищення рентабельності грошові кошти повинні бути вкладені в активи з наперед відомою більшою низькою, чим гроші ліквідністю. А для забезпечення стійкої платоспроможності в підприємства постійно повинна знаходитися на рахунку деяка сума грошових коштів. Частина коштів повинна бути розміщена у вигляді високоліквідних активів.

Забезпечення співвідношення між платоспроможністю та рентабельністю підприємства є важливим в управлінні оборотними активами. Необхідна підтримка відповідних розмірів і структури оборотних активів; оптимальне співвідношення власних і запозичених оборотних коштів. Від цього залежить фінансова стійкість, отримання кредитів, незалежність підприємства, зменшення відтоку оборотних активів в дебіторську заборгованість, що забезпечить фінансовий стан підприємства.

1. Єрмак С.О. Концептуальні основи ефективного управління оборотним капіталом на підприємствах роздрібною торгівлі побутовим обладнанням / С.О. Єрмак // Вісник Донецького університету економіки та права. - 2008.- № 12.- С. 76–83.
2. Діяльність суб'єктів господарювання: Статистичний збірник / Державна служба статистики України // [За ред. М. С. Кузнецова]. - К., 2013. - 474 с.
3. Морозюк Д.І. Сучасні методи управління оборотним капіталом підприємств та оцінка їх ефективності / Д.І. Морозюк // Інвестиції: практика та досвід. - 2015. - № 1. - С. 114-119.
4. Трифонов Г.Ф., Стоєв В.Л., Нечитайло С.І. Теоретичні аспекти формування та ефективності використання оборотних коштів підприємства / Г.Ф.Трифонов, В.Л. Стоєв, С.І. Нечитайло // Економічний вісник Запорізької державної інженерної академії. Випуск 4 (16). - 2018.- С.98-101.
5. Теницька Н.Б. Система управління оборотним капіталом підприємства / [Н.Б. Теницька, О.М. М'яло, Є.Л. Аніп'ір] // Ефективна економіка. - Дніпропетровськ : ДАЕУ, 2013. - № 10. – [Електронний ресурс]. – Режим доступу : [http:// www.economy.nayka.com.ua](http://www.economy.nayka.com.ua).

УДК 658.15

КОРЧЕВНИЙ Д.О., магістрант

Науковий керівник – **ЗАДОРОЖНА Р.П.**, канд. екон. наук

Білоцерківський національний аграрний університет

ОЦІНКА ЕФЕКТИВНОСТІ ВИКОРИСТАННЯ КАПІТАЛУ В ГОСПОДАРСЬКІЙ ДІЯЛЬНОСТІ АГРАРНИХ ПІДПРИЄМСТВ (на прикладі ТОВ «Авангард»)

Досліджено ефективність використання капіталу товариства з обмеженою відповідальністю «Авангард». Виконано факторний аналіз рентабельності операційного, сукупного та власного капіталу підприємства. Оцінено вплив окремих чинників на зміну відповідних показників рентабельності капіталу в 2018 р. порівняно з 2017 р.

Ключові слова: капітал, ефективність, рентабельність.

Капітал підприємства як база його заснування та розвитку потребує ефективного використання в процесі фінансово-господарської діяльності. Ефективність використання капіталу господарюючого суб'єкта залежить від швидкості перетворення авансованих в активи коштів в реальні гроші [1, с. 73] і характеризується його прибутковістю (рентабельністю), котра являє собою відношення суми прибутку до середньорічної суми капіталу [2, с. 538].

Обчислення показника рентабельності капіталу може здійснюватись в декількох варіантах в залежності від того, який аспект використання капіталу підприємства становить інтерес для користувачів результатів такого аналізу (табл. 1).

Таблиця 1 – Показники ефективності використання капіталу ТОВ „Авангард”

Показник	2017	2018	Відхилення (\pm)
Виручка (нетто) від реалізації продукції, тис. грн.	15206	15611	405
Загальна сума бруто-прибутку до виплати процентів і податків, тис. грн.	574	862	288
Прибуток від реалізації продукції, тис. грн.	805	1026	221
Чистий прибуток, тис. грн.	199	324	125
Середня сума сукупного капіталу (К), тис. грн.	13412	16630	3218
Середня сума операційного капіталу, тис. грн.	12513	15784	3271
Середня сума власного капіталу, тис. грн.	3681	3973	292
Рентабельність обороту, %	5,29	6,57	1,28
Коефіцієнт оборотності операційного капіталу	1,215	0,989	-0,226
Рентабельність операційного капіталу, %	6,43	6,50	0,07
Рентабельність сукупного капіталу, %	4,28	5,18	0,90
Рентабельність власного капіталу, %	5,41	8,16	2,75

Розраховано автором за даними підприємства.

Як показав факторний аналіз рентабельності операційного капіталу ТОВ „Авангард”, цей показник зріс на 0,07 % в 2018 р. порівняно з 2017 р., у т.ч. за рахунок уповільнення його обороту він знизився на 1,196 % і за рахунок зростання рентабельності продажів – зріс на 1,266 %. Таким чином, підприємству слід відшукувати можливості пришвидшення оборотності операційного капіталу.

Рентабельність сукупного капіталу підприємства за 2018 р. зросла порівняно з 2017 р. на 0,9 % у зв'язку з уповільненням оборотності операційного капіталу (на 0,937 %).

Натомість позитивний вплив на ефективність використання капіталу ТОВ „Авангард” справили наступні чинники:

зміна структури прибутку (даний фактор забезпечив зростання рентабельності сукупного капіталу на 0,762 %),

підвищення рентабельності обороту (на 0,992 %),

збільшення частки операційного капіталу в загальній сумі капіталу (на 0,088 %).

Аналіз рентабельності власного капіталу має особливий інтерес для власників підприємства, оскільки уся його діяльність має бути спрямована на зростання добробуту власників.

Прибутковість власного капіталу ТОВ „Авангард” за 2018 р. зросла порівняно з 2017 р. на 2,75 %, у т.ч. за рахунок зростання частки чистого прибутку в загальній сумі бруто-прибутку – на 0,452 %, збільшення рентабельності сукупного капіталу – на 1,233 % і підвищення значення мультиплікатора капіталу – на 1,056 %.

Відтак підприємству в майбутньому необхідно зосередитись на підвищенні ефективності використання авансованого капіталу, насамперед, завдяки пришвидшенню його оборотності, яка дещо уповільнилась в 2018 р.

1. Спіфанова І.Ю., Дрозд І.В. Сучасні підходи до аналізу ефективності управління власним капіталом підприємства // Економічний аналіз: зб. наук. праць/ Тернопільський національний економічний університет. – Тернопіль : Видавничо-поліграфічний центр Тернопільського національного економічного університету “Економічна думка”, 2015. – Том 19. – № 2. – С. 71-76.
2. Савицька Г. В. Економічний аналіз діяльності підприємства: Навч. посіб. – 2-ге вид., випр. і доп. – К.: Знання, 2005. – 662 с.

УДК 336.76

СТУПАК М.А. магістрант

Науковий керівник – ШЕВЧЕНКО А.О., канд. екон. наук

Білоцерківський національний аграрний університет

СУЧАСНІ РЕАЛІЇ РОЗВИТКУ ВІТЧИЗНЯНОГО ФОНДОВОГО РИНКУ

Розглянуто тенденції розвитку та основні характеристики українського фондового ринку. Проаналізовано індексний кошик провідного вітчизняного індексу та темпи зростання вартості акцій цих компаній, озвучено проблеми вітчизняного фондового ринку та можливі шляхи їх вирішення.

Ключові слова: вітчизняний фондовий ринок, фондові індекси, індексний кошик, лістинг акцій.

Фондовий ринок є невід’ємною складовою фінансового ринку держави і має суттєвий вплив на економіку всієї країни. Проте, в Україні більше ніж за 20 років свого існування він залишається слаборозвиненим, не користується довірою у пересічних громадян, крупних вітчизняних та іноземних інвесторів і, як наслідок, не відіграє суттєвої ролі в національній економіці.

У 2018 році обсяг торгів на вітчизняному біржовому ринку становив 44,17% від загального обсягу торгів на ринку цінних паперів (590,58 млрд грн) (рис.1) [1, с.9].

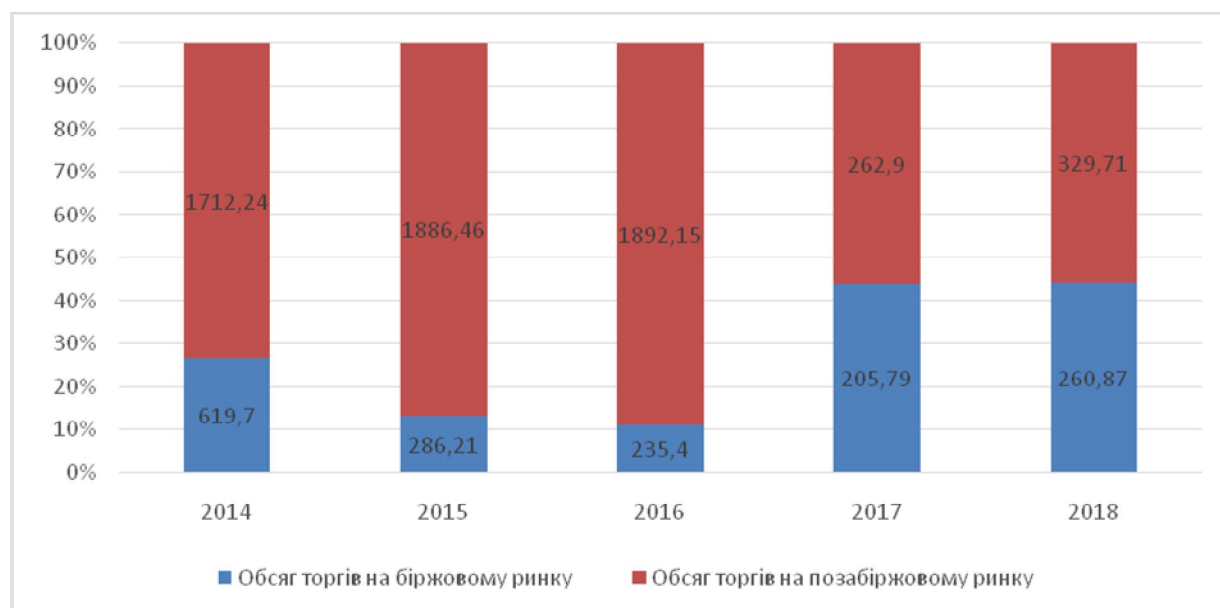


Рис. 1. Обсяг торгів на ринку цінних паперів у 2013 – 2018 роках, млрд грн.

Серед фінансових інструментів провідну позицію за обсягами зареєстрованих випусків займали акції. На динаміку випусків акцій визначальний вплив мав банківський сектор. За звітний період обсяг торгівлі акціями на ринку цінних паперів в порівнянні з 2017 роком зменшився на 37,1% і становив 79,62 млрд грн.

Загалом за останні роки прослідковується тенденція до зменшення кількості випусків акцій, які допущені до торгів на національних фондових біржах. Так, станом на 01.01.2019 року до біржових списків бірж було включено 376 випусків акцій емітентів. В значній мірі це пов'язано із діями Національної комісії з цінних паперів та фондового ринку (НКЦПФР), направленими на очищення фондового ринку та запровадження нових правил внесення цінних паперів до біржових реєстрів фондових бірж[1, с.14].

До лістингу на біржах було допущено чотири випуски акцій, які рівномірно розмістилися на одній з найбільших вітчизняних фондових бірж ПФТС (Перша фондова торговельна система) та Українській біржі. Проте, на українських біржах переважає торгівля позалістинговими випусками акцій – 197 випусків на «ПФТС», 92 випуски на біржі «Перспектива», 71 випуск на Українській біржі та 10 на біржі «ІННЕКС»[1, с.15].

У 2018 році значно активізувався ринок боргових цінних паперів, зокрема, державних облігацій України. Обсяг торгівлі становив 406,42 млрд грн, що на 58,7% зріс в порівнянні з 2017 роком. Однак, біржовий ринок державних облігацій за досліджуваний період зменшився[1, с.17].

Важливим індикатором фондового ринку є індекс, який дає можливість оцінити загальну ситуацію на ринку цінних паперів. Зокрема, за 2018 рік індекс Української біржі зріс на 13,92%, ПФТС — на 77,54%.

Перші українські індекси з'явилися у 1997 році. Найбільш відомі з них індекс Української біржі та індекс ПФТС. Індекс ПФТС є ціновим індексом і розраховується згідно Положення про індексну комісію ПФТС та правил розрахунку індексу ПФТС. Саме за Індексом ПФТС вітчизняні та іноземні стратегічні інвестори оцінюють стан та перспективи розвитку фондового ринку України.

В «індексний кошик» ПФТС входять акції семи найбільш ліквідних українських компаній, ціна акцій яких у 2018 році значно зросла: «Донбасенерго» (+99,5%), «Центроенерго» (+24,0%), «Крюківський вагонобудівний завод», «МоторСіч» (+100,0%), «Райффайзенбанк аваль» (+125,0%), «Укрнафта» (+34,0%) та «Укртелеком» [2]. Крім цих, є ще декілька вітчизняних фондових індексів, але вони носять локальний характер і розраховуються інвестиційними компаніями, а не біржами.

Останній 2018 рік був надзвичайно важким для практично всіх фондових ринків світу з часів початку світової фінансової кризи. Однак, всупереч загальним тенденціям, останні два роки посіли український фондовий ринок відзначився стрімким зростанням і проявляв неабияку активність. Україна стала кращою у світовому рейтингу фондових ринків, про що свідчить зростання індексу ПФТС на 80%.

Це свідчить про оновлення економіки України, що і спричинило високий попит на цінні папери українських емітентів. Проте, сумарний обсяг торгів на вітчизняному фондовому ринку надзвичайно низький і за результатами 2018 року склав всього лише 260 млрд грн. Для прикладу, на Варшавській фондовій біржі цей показник за аналогічний період склав більше 340 млрд євро[3].

Разом з тим, слід зважати на те, що такі темпи зростання українського фондового ринку постійно не можуть продовжуватися. Насамперед тому, що вітчизняний ринок цінних паперів потребує значного реформування та вдосконалення механізмів його функціонування. В першу чергу необхідно збільшити кількість якісних лістингових емітентів.

1. Річний звіт за 2018 рік Національної комісії з цінних паперів та фондового ринку: <https://www.nssmc.gov.ua/documents/rtchniy-zvt-nktsprfza-2018rk>.
2. Індекс ПФТС [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://www.pfts.ua/uk/shares-indexes>.
3. Офіційний сайт Варшавської фондової біржі [Електронний ресурс]. – Режим доступу: www.gpw.pl

СУГАКОВ С.С., магістрант

Науковий керівник – СТАДНІК Л.І., канд. екон. наук

Білоцерківський національний аграрний університет

УДОСКОНАЛЕННЯ УПРАВЛІННЯ ВИРОБНИЧО-ЗБУТОВОЮ ДІЯЛЬНІСТЮ У ФЕРМЕРСЬКИХ ГОСПОДАРСТВАХ

Розглянуто теоретичні та практичні основи управління виробничо-збутовою діяльністю фермерських господарств. На прикладі фермерських господарств обґрунтовані напрями вдосконалення організації виробництва і збуту сільськогосподарської продукції. Визначені етапи формування маркетингової збутової стратегії та запропоновано розробити і впровадити техніко-економічне обґрунтування проекту реалізації свинини через роздрібну торгівлю.

Ключові слова: система управління, виробничо-збутова політика, виробничо-збутова діяльність, канали збуту, збут продукції, формування стратегії збуту, маркетингова стратегія.

Ефективність системи управління виробничою і збутовою діяльністю завжди була об'єктом наукового дослідження вчених економістів. Зокрема, теоретичні і практичні аспекти виробничо-збутової політики досліджували такі відомі вчені, як Завадський Й.С. Гаркавенко С.С., Азарян О.М., Голубков Е.П., та інші.

Становлення ефективної системи збуту, яка б забезпечувала швидкий рух товарної продукції від виробника до споживача, потребує в нових умовах формування адекватних закупівельно-збутових організацій, здійснення комплексу заходів щодо розвитку різноманітних організаційних форм заготівлі й реалізації, формування конкурентного середовища і комерційних відносин.

Економічний інтерес виробника, тобто одержання доходу і прибутку є основною метою збуту [2, с.388].

Завдання, що постали перед вітчизняними товаровиробниками при збуті виготовленої продукції, слід ефективно розв'язувати за допомогою каналів її розподілу, які включають усіх суб'єктів збутового процесу, пов'язаних із просуванням та обміном товарів. Канал збуту (розподілу) продукції – це група підприємств, що просувають товари і послуги від виробників до споживачів [1, с. 46].

Управлінням збутовою діяльністю на фермерському господарстві займається особисто його голова, який шукає покупців та заключає договори про продаж продукції. Керівник перевантажений інформацією, тому не завжди має достатньо часу і знань для прийняття обґрунтованих рішень щодо збуту продукції.

В процесі дослідження нами встановлено, що при прийнятті рішень щодо збуту продукції у фермерських господарствах в основному покладаються на знання й досвід керівника в момент виникнення проблематичної ситуації. Доцільним було користуватися послугами консалтингових чи дорадчих фірм.

Основними завданнями стратегії формування каналів збуту фермерських господарств є визначення основних засад побудови цих каналів та принципи управління ними.

Для ефективного виробництва і збуту сільськогосподарської продукції фермерському господарству необхідно є постановка конкретних завдань для кожного підрозділу і напряму діяльності у господарстві. Зокрема періодичне проведення аналізу економічного стану господарства, оцінка перспектив розвитку сприятиме ефективному інвестуванню.

На основі матриці Бостонської консультативної групи фермерському господарству для кожного виду продукції можна запропонувати такі маркетингових стратегій: «Дійні корови» – необхідний твердий контроль капіталовкладень, а кошти, отримані від господарської діяльності, недоцільно спрямовувати на розширення виробництва. Надлишок коштів від продажу варто передавати під контроль вищого керівництва з метою їх використання на інших ділянках діяльності; «Собаки»

– позбавлятися від даних видів продукції, якщо немає вагомих причин для того, щоб їх зберегти; «Зірки» – варто притримуватися стратегії зростання, запроваджуючи технологічні нововведення, підвищуючи якість, створюючи різноманітні конкурентні переваги, щоб зберегти й зміцнити існуюче становище.

З метою вдосконалення каналів збуту продукції та зменшення кількості посередників, на фермерському господарстві потрібно розробити техніко-економічне обґрунтування проекту реалізації свинини через роздрібну торгівлю. Для цього необхідно взяти в оренду торгову точку для організації торгівлі м'ясними виробами в райцентрі. Планується через торговельну точку продавати 25% виробленої продукції, наприклад свинарства.

Щоб зекономити кошти та підвищити збут сільськогосподарської продукції, необхідно фермерському господарству використовувати багатоканальні системи розподілу продукції. Тобто, підприємець на підставі маркетингових досліджень

визначає можливі канали розподілу виробленої продукції по категоріях та конкретних споживачах [3, с. 149 – 150].

Оцінюючи ефективність комерційної діяльності фермерського господарства, потрібно враховувати комплекс цілей його розвитку – реалізації виробничо-збутових задач, таких як: досягнення окупності та рентабельності виробництва (економічна), формування стійкого кола споживачів (збутова) [4].

1. Вороніна Ю. Є. Особливості функціонування регіонального продовольчого ринку / Ю. Є. Вороніна, Д. А. Міщенко // Держава та регіони : економіка та підприємництво. – 2006. – № 2. – С. 44–49.
2. Мороз Л. А. Маркетинг : підручник / Л. А. Мороз, Н. І. Чухрай. – 4-те вид., без змін. – Львів : Інтелект-Захід, 2009. – 244 с.
3. Пономарьова Ю. В. Логістика / Ю. В. Пономарьова. – К. : Центр нав. літ., 2003. – 192 с.
4. Голубев А.В. Управлінські аспекти підвищення ефективності комерційної діяльності фермерських господарств. Економіка АПК, № 9, 2017. URL: http://www.eapk.org.ua/sites/default/files/eapk/2017/9/e_apk_2017_9_15.pdf.

УДК 658.821:339.137.2

ЛІЧЕНКО В.С., магістрант

Науковий керівник – **НЕПОЧАТЕНКО А.В.**, канд. екон. наук

Білоцерківський національний аграрний університет

ЗБУТОВА СТРАТЕГІЯ ЯК ІНСТРУМЕНТ УПРАВЛІННЯ КОНКУРЕНТОСПРОМОЖНІСТЮ ПІДПРИЄМСТВА

Розглянуто сутність поняття «збутова стратегія» й виділено її місце в загальній стратегії компанії. Відображено основні проблеми вітчизняних підприємств в сфері маркетингу та запропоновано програму заходів щодо удосконалення їх збутової діяльності.

Ключові слова: збутова стратегія, збутова діяльність, маркетингова стратегія, збут, конкурентоспроможність підприємства.

Практика розвитку сучасного бізнесу доводить, що без впровадження ефективної системи управління конкурентоспроможністю підприємства неможливо досягти успіху в боротьбі за виживання, досягнути провідних ринкових позицій та успішного довгострокового функціонування в динамічних умовах конкурентного середовища.

Оскільки конкурентоспроможність підприємства є інтегральним показником, який формується через ефективне використання виробничого, трудового, науково-технічного, інформаційного, маркетингового і фінансового потенціалів підприємства, а також через здатність оперативної та

адекватно реагувати на зміни в поведінці споживачів на ринку, то для її оцінки доцільно враховувати як внутрішній потенціал підприємства, так і його ринкові можливості [1].

Ухвалення нової збутової стратегії забезпечення конкурентоспроможності підприємства вимагає чіткої організаційної підготовки і глибокого дослідження, аналізу і резюмування висновків по критеріям і показникам конкурентоспроможності з використанням методів і моделей її оцінки.

Таким чином стратегія збуту підприємства розробляється на основі досліджень інформації щодо стану товарного ринку та прогнозу його розвитку, вивченні потреб та купівельних звичок покупців, діяльності конкурентів, тощо.

Слід відмітити, що під збутовою стратегією розуміють планування діяльності підприємства у сфері збуту на довгостроковий період й вироблення філософії, основних принципів та інструментарію, що підходять для здійснення цієї діяльності для конкретної організації.

Збутова стратегія компанії повинна визначати вибір методів збуту, інструменти маркетингових комунікацій, можливих і бажаних посередників, їх роль в збутовому ланцюжку, різні можливості здійснення оптової та роздрібною торгівлі, потребу і можливості в сервісному обслуговуванні, тощо [2].

При цьому маркетингова (збутова) стратегія повинна розроблятися як складова частина загальної стратегії розвитку компанії. В залежності від галузевої приналежності, ситуації на ринку і сформованих особливостей управління організацією, маркетингова стратегія може розроблятися на термін від 1 до 25 років [3].

Збутова стратегія відіграє значну роль у стратегічному плануванні підприємства а відділ збуту повинен визначити найкращий спосіб досягнення поставлених стратегічних цілей для кожного підрозділу підприємства. Існують різні погляди стосовно значення відділу збуту на підприємстві. Так, на одних підприємствах відділ збуту є звичайним відділом, який працює на рівні з іншими підрозділами компанії. Натомість в інших підприємствах, збутовий відділ є головним функціональним підрозділом.

Головним орієнтиром в діяльності будь-якої організації є покупець. Підприємство не може існувати і процвітати без покупця, тому їх залучення, утримання і примноження є головною ціллю підприємства, яку й повинен реалізувати відділ збуту.

Відділ зацікавлює покупця товаром, але не займається його безпосереднім виробництвом. Оскільки реальне задоволення потреб покупця залежить від роботи інших підрозділів організації, всі функціональні підрозділи організації повинні працювати злагоджено, щоб максимально якісно задовольнити його потреби.

Відділ збуту при цьому відіграє координаційну роль в роботі всіх функціональних підрозділів компанії, здійснюючи не пряме управління підрозділами організації, а методологічне. Інакше кажучи відділ збуту аналізує, планує, організовує та контролює виконання маркетингових функцій, кожним функціональним підрозділом організації [4].

Для забезпечення конкурентоспроможності організації в сучасних умовах, які диктує ринок, підприємству необхідно вирішувати багато проблем, які пов'язані із вибором сегменту ринку, регіонів, методів збуту продукції, а також питання формування асортименту продукції.

Дослідження досвіду роботи вітчизняних компаній свідчить про наявність проблем в сфері маркетингу як внутрішнього так і зовнішнього характеру, які в свою чергу негативно впливають на їх конкурентоспроможність.

До основних проблем слід віднести наступні:

- не сформований механізм ринкових відносин, що обмежує повномасштабне використання методів та елементів маркетингу;
- низький рівень платоспроможності покупців;
- наявність в продажу аналогічних вітчизняних та іноземних товарів з кращими характеристиками;
- відносно низький рівень маркетингової культури;
- обмеження у використанні знижок;
- несприятлива кон'юнктура ринку;
- вплив багатьох неконтрольованих факторів на діяльність підприємства.

За умов наявності вище перерахованих проблем виникає необхідність зміни підходів щодо організації збутової системи підприємства, що полягатиме у наступному:

- заміна функцій відділу збуту, який повинен із простого виконувача заказів покупців перетворитися на координатора та консультанта виробничих, конструкторсько-технологічних підрозділів та торговельних посередників;

- реалізація сучасної маркетингової політики комунікацій, що направлена на підвищення ефективності збутової діяльності підприємства;

- удосконалення планування та системи управління збутовою діяльністю з метою досягнення поставлених планових значень показників обсягу реалізації продукції та прибутку.

Для успішного функціонування організації та підтримання рівня її

конкурентоспроможності в сучасних умовах ведення господарства необхідна комплексна структурна перебудова діючої системи управління збутовою діяльністю в цілях її орієнтації на захоплення та збереження бажаної частки ринку і забезпечення конкурентних переваг.

З метою підвищення ефективності діяльності відділу збуту, пропонуємо забезпечити виконання працівниками відділу наступних функціональних обов'язків:

- формування бази даних покупців продукції та осіб, що проявляли до неї інтерес;

- встановлення комунікаційного зв'язку із потенційними покупцями;

- забезпечення обліку, первинного контролю заказів і комерційних пропозицій;

- розробка програм з освоєння нових ринків (відвідування спеціалізованих виставок, ярмарок, презентацій тощо).

Підсумовуючи вищенаведене слід наголосити на тому, що управління конкурентоспроможністю – це важлива складова в системі стратегічного управління підприємством, оскільки вона дає можливість вдало сформулювати загальну стратегію компанії, передбачити й прорахувати перспективні напрями його розвитку.

1. Гуржій Н.М. Моделювання стратегічного управління збутовою діяльністю підприємств. Науковий вісник Полтавського університету економіки і торгівлі. Серія: Економічні науки. 2014. № 4. С. 116-122.
2. Ключник А.В., Білозерцева І.О. Теоретичний аналіз поняття «збут» та його функцій. Науковий вісник Херсонського державного університету. Серія: Економічні науки. 2014. № 6. С. 188-191.
3. Ільченко Т.В. До питання маркетингового забезпечення планування збуту продукції підприємства. Економіка та держава. 2016. № 4. С. 57-60.
4. Завербний А.С. Збутова діяльність як складова частина комунікаційної політики промислового підприємства. Вісник Хмельницького національного університету. Серія: Економічні науки. 2018. № 4 (260), С. 314-317.

УДК 658.15:657.421.1/3

КОВАЛЬЧУК Д.В., магістрантка

Науковий керівник – **ТКАЧЕНКО К.В.**, канд. екон. наук

Білоцерківський національний аграрний університет

ОСОБЛИВОСТІ УПРАВЛІННЯ НЕОБОРОТНИМИ АКТИВАМИ ПІДПРИЄМСТВА (НА ПРИКЛАДІ КВАРТИРНО-ЕКСПЛУАТАЦІЙНОГО ВІДДІЛУ М. БІЛА ЦЕРКВА)

Діяльність бюджетних установ характеризується певними особливостями, зокрема: надання послуг соціального, інформаційного, наукового, а також культурно-виховного характеру. Важливою умовою для виконання цих послуг є надання бюджетним установам засобів праці відповідно до НТП. В сучасних умовах все більшого значення набуває необхідність побудови ефективної ор-

ганізації розподілу взаємовідносин між державним та місцевим рівнями в питаннях фінансування бюджетних установ в частині забезпечення необоротними активами для провадження ефективної діяльності, з урахуванням їх особливостей.

Ключові слова: необоротні активи, бюджетна установа, бухгалтерський облік, основні засоби, активи.

В умовах нестабільної економіки питання необоротних активів гостро постало, як теоретичному, так і в практичному аспекті. Оскільки головним результатом діяльності бюджетних установ є послуга, то для її якісного надання бюджетні установи повинні мати засоби праці, належного рівня. У бухгалтерському обліку бюджетних установ ці засоби праці відокремлені в самостійний об'єкт обліку – «основні засоби».

Нами було встановлено основні ознаки необоротних активів:

- це майнові цінності довгострокового використання;
- не призначені для перепродажу;
- беруть участь у наданні послуг та у виробництві продукції;
- використовуються підприємством протягом тривалого періоду.

Квартирно-експлуатаційний відділ м. Біла Церква – є державною установою, яка створена Міністерством оборони України з метою здійснення квартирно-експлуатаційного забезпечення військових частин, військових навчальних закладів, установ та організацій, що дислокуються в межах її відповідальності.

Під час аналізу необоротних активів за даними фінансової звітності була надана оцінка змінам в їх обсязі і структурі, вивчений стан та ефективність їх використання. При цьому значну увагу приділялось основним засобам, які становлять основу матеріально-технічної бази будь-якого підприємства. Зменшення вартості основних засобів у динаміці не є позитивною тенденцією для діяльності установи, проте у 2014 та 2018 році вона суттєво змінилась, у зв'язку з розформування квартирно-експлуатаційного відділу міста Черкаси, в наслідок чого Квартирно-експлуатаційний відділ м. Білої Церкви є його правонаступником, а відповідно на баланс прийнято все майно та зобов'язання. Разом з тим, у з 2016 року здійснювалось ефективне фінансування діяльності Квартирно-експлуатаційного відділу м. Біла Церква з державного бюджету.

Проаналізувавши стан необоротних активів квартирно-експлуатаційного відділу міста Білої Церкви за 2011-2018 роки можна сказати, що коефіцієнт основних засобів в активах в 2011 році становив 0,91, а в 2014 році – 0,72. Тренд за аналізований період має тенденцію спадання, що є позитивним явищем. Коефіцієнт частки інших необоротних матеріальних активів в активах в 2011 році становив 0,02, а в 2014 році – 0,04, проте в 2012 і 2013 роках показник становив 0,01. Знос основних засобів досить суттєвий. На початок звітної періоду, в 2011 році, він становив 0,75 %, а на кінець періоду, в 2014 році – 0,79%. Тренд має тенденцію до збільшення, що є негативним, оскільки це свідчить про те, що підприємство потребує оновлення необоротних активів. Разом з тим, протягом 2016-2018 років квартирно-експлуатаційний відділ міста Біла Церква отримувал асигнування по загальному фонду у великих розмірах (у 2018 році – 126 138 660,82 грн., які використано згідно бюджетних асигнувань). Також по спеціальному фонду у 2018 році надходження склали 9384707,90 грн. Вказане дозволяло оновлювати необоротні активи, що призводило до збільшення їх вартості.

Важливим аспектом в контролі за ефективним використанням активів бюджетних установ, є проведення аудиту, а отже якісна його організація.

Головними питаннями при здійсненні аудиту є:

- Хто саме буде здійснювати аудит?
- Яким чином буде проводитись вибірка бюджетних установ?
- Чи буде проводитись перевірка по тим установам, в яких в минулі роки були знайдені порушення?

Отже, внаслідок специфічної діяльності бюджетної установи, варто мати на увазі, що зменшення показників вартості необоротних активів не завжди свідчить про їх неефективне викорис-

тання чи про їх зношеність, а може також відбуватися в наслідок перерозподілу необоротних активів в межах державних установ органом управління майном.

Встановлено, що основними проблемами в діяльності квартирно-експлуатаційного відділу міста Білої Церкви є амортизація (після списання будівлі повинні бути розібрані, а будівельні матеріали - оприбутковані, але це повинно бути зроблене за рахунок бюджетних коштів); самозахоплення земельних ділянок, будівель та споруд.

Особливості управління необоротними активами Квартирно-експлуатаційного відділу м. Біла Церква, як і будь якої іншої бюджетної установи полягають в ефективному управлінні господарською діяльністю всієї установи, ефективному менеджменті, ефективному бухгалтерському обліку та належному фінансуванні діяльності з бюджету відповідного рівня.

1. Закон України "Про бухгалтерський облік та фінансову звітність в Україні" від 16.07.1999 р. №996-ХІХ.
2. Закон України "Про оподаткування прибутку підприємств" від 22 травня 1997 р. № 283/97-ВР зі змінами і доповненнями.
3. Бутинець Ф.Ф. Організація бухгалтерського обліку: Навч. посібник. - Житомир: РУТА, 2001. - 576 с.
4. Гадзевич О.І. Основи економічного аналізу і діагностики фінансово-господарської діяльності підприємства: Навчальний посібник. - Київ, 2004.57.

УДК 336.27:657.432

БАРИШПОЛЬ Н.В., магістрантка

Науковий курівник – **ТКАЧЕНКО К.В.**, канд. екон. наук

Білоцерківський національний аграрний університет

УПРАВЛІННЯ ДЕБІТОРСЬКОЮ ЗАБОРГОВАНІСТЮ НА ПІДПРИЄМСТВІ

Суб'єкти підприємництва в процесі фінансово-господарської діяльності вступають між собою в певні економічні взаємовідносини, в результаті яких відбуваються господарські операції. Наслідками цих операцій є виникнення різних зобов'язань. Значну частину цих зобов'язань складає дебіторська заборгованість.

Ключові слова: дебіторська заборгованість, дебітори, фінансовий стан підприємства, оборотний капітал.

Згідно П(С)БО 10 «Дебіторська заборгованість» від 08.10.99. № 237- це сума заборгованості дебіторів підприємству на певну дату.

Однак, дозволимо собі відмітити, що поняття «Дебіторська заборгованість» є більш глибоким. Вона є складовою частиною оборотного капіталу підприємства. Розмір цієї заборгованості свідчить про те, що частка оборотних коштів підприємства є вилучена з оборотного капіталу і не бере участі в кругообігу господарських засобів.

Певні коливання в розмірі дебіторської заборгованості, відповідно, впливають на фінансовий стан підприємства. Інформацією про фінансовий стан підприємства цікавиться цілий ряд зовнішніх користувачів. Це можуть бути комерційні партнери, інвестори, кредитори, податкові служби тощо.

Звичайно, ці користувачі приділяють увагу і стану дебіторської заборгованості на підприємстві. Оскільки значний її розмір свідчить про «замороження» оборотних коштів і зменшення оборотності капіталу, а відтак – про нестійкий фінансовий стан підприємства.

Однак, великий розмір дебіторської заборгованості не завжди необхідно оцінювати негативно. Досліджуючи даний вид заборгованості необхідно розрізняти нормальну, сумнівну і безнадійну заборгованість. Наявність двох останніх дійсно говорить про те, що у підприємства можуть ви-

никнути певні фінансові труднощі у недостатку фінансових ресурсів, існує великий ризик непогашення боргів, а відповідно і зменшення прибутків. Тому кожне підприємство повинно бути зацікавлене у зменшенні строків погашення належних йому до сплати платежів. Для покращення фінансового стану підприємства та усунення ризику виникнення труднощів за рахунок значних розмірів сумнівних та безнадійних боргів підприємству необхідно не лишати поза увагою стан дебіторської заборгованості.

Методика управління дебіторською заборгованістю для кожного підприємства є індивідуальною. Однак, можна надати ряд загальних рекомендацій по роботі з дебіторами. В першу чергу, на підприємстві повинен бути присутній контроль за станом дебіторської заборгованості та управління ним. Якщо боржники виявляються несовісними і «забувають» перераховувати кошти за відвантаженим їм товар, або надані послуги, виконані роботи, то підприємству доцільно здійснювати їм «нагадування». [3] Прискорити платежі можна шляхом здійснення телефонних дзвінків своїм дебіторам, надсилання повідомлень електронною поштою, посилення листів.

При роботі з покупцями на підприємстві доцільним є створення картотеки по кожному дебітору, в якій би зазначалась вся можлива і доступна інформація про того чи іншого покупця. Якщо підприємство для визначення резерву сумнівних боргів по поточній дебіторській заборгованості обрало метод виходячи із платоспроможності клієнтів, то інформація наведена в картотеці стає особливо цінною. Вона дасть можливість підприємству визначити коефіцієнт сумнівності по кожному дебітору. На основі цього коефіцієнту і буде створено відповідний резерв. Наступним кроком при управлінні дебіторською заборгованістю є встановлення для дебіторів граничної норми відпуску продукції в кредит.

При укладанні договору купівлі-продажу обов'язково необхідно обумовлювати строки та форму оплати продукції. Якщо підприємство (боржник) не здійснює оплату у зазначені терміни, то відповідно повинна нараховуватись пеня. Для збільшення оборотів підприємства і сприянню зменшення дебіторської заборгованості, суб'єкт підприємницької діяльності може встановлювати можливі знижки за оплату продукції у більш ранні терміни. Такий спосіб особливо популярним є в міжнародній практиці - метод надання знижок за дострокову оплату. Найкраще використовувати цей спосіб в умовах інфляції. Оскільки при інфляції люба відстрочка платежу призведе до того, що підприємство одержить реально лише частину вартості реалізованої продукції. Підприємству є вигіднішим надати знижку покупцям при умові дострокової оплати, ніж втратити більшу суму в результаті інфляції.

Отже, можна зробити наступні висновки:

Дебіторська заборгованість є складовою частиною оборотного капіталу підприємства. Розмір цієї заборгованості свідчить про те, що частка оборотних коштів підприємства є вилучена з оборотного капіталу і не бере участі в кругообігу господарських засобів. Тому значний розмір сумнівної та безнадійної заборгованості може негативно впливати на фінансовий стан підприємства.

Для покращення фінансового стану підприємства та усунення ризику виникнення труднощів за рахунок значних розмірів сумнівних та безнадійних боргів підприємству необхідно не лишати поза увагою стан дебіторської заборгованості. Методика управління дебіторською заборгованістю для кожного підприємства є індивідуальною.

1. Закон України «Про бухгалтерський облік і фінансову звітність в Україні» від 16.07.99 р. № 996 – XIV, зі змінами і доповненнями.
2. П(С)БО 10 «Дебіторська заборгованість» від 08.10.99 № 237. , зі змінами і доповненнями.
3. Бухгалтерський облік в торгівлі За ред Бутинець Ф.Ф., Житомир ПП «Рута» 2002.
4. Костюченко В.М. Шаповалова Г. Облік дебіторської заборгованості// Бухгалтерський облік і аудит, № 7, січень 2001

ВОЛИЦЬКА А.О., магістрант

Науковий керівник – **ДРАГАН О.О.**, канд екон. наук

Білоцерківський національний аграрний університет

УПРАВЛІННЯ КРЕДИТНИМ РИЗИКОМ АТ «ОЩАДБАНК»

Досліджено сутність поняття «кредитний ризик». Проаналізовано процес управління кредитним ризиком АТ «Ощадбанк». Виділено основні методами, що застосовуються в процесі управління кредитними ризиками АТ «Ощадбанк».

Ключові слова: кредитний ризик, управління, методи, ризик,

Кредитний ризик являє собою ризик фінансового збитку для АТ «Ощадбанк» в результаті невиконання позичальником чи контрагентом свого зобов'язання. Кредитний ризик виникає, головним чином, у зв'язку з кредитами, наданими авансами та інвестиційними цінними паперами. Для цілей звітності з управління ризиками АТ «Ощадбанк» розглядає та консолідує всі елементи кредитного ризику (такі як ризик невиконання своїх зобов'язань окремими позичальниками та контрагентами, а також ризики, властиві певним країнам та галузям).

Процес управління кредитним ризиком визначено у наступних внутрішніх документах АТ «Ощадбанк»: Стратегії управління ризиками в системі АТ «Ощадбанк», Політиці управління кредитними ризиками в АТ «Ощадбанк», Кредитній політиці АТ «Ощадбанк», а також методиках і регламентах, що визначають порядок оцінки рівня кредитного ризику/зменшення корисності фінансових інструментів.

Основними методами, що застосовуються в процесі управління кредитними ризиками є:

оцінка фінансового стану контрагента, у т.ч. визначення внутрішнього кредитного рейтингу, на етапі розгляду питання щодо прийняття рішення з кредитування та протягом періоду кредитування;

оцінка умов здійснення кредитної операції, в тому числі забезпечення;

розрахунок та встановлення лімітів кредитування позичальників/групов'язаних контрагентів АТ «Ощадбанк»;

акредитація незалежних оцінювачів заставленого майна позичальників;

регулярний моніторинг наявності та стану предметів забезпечення;

оцінка ризиків кредитного портфелю;

регулярна управлінська звітність;

акредитація страхових компаній;

акредитація об'єктів будівництва та забудовників/управителів.

Процесу управління кредитним ризиком в АТ «Ощадбанк» передбачає наступні етапи:

ідентифікація ризиків – визначення джерел ризиків;

оцінка ризиків – визначення та оцінка величини виявлених ризиків;

контроль над ризиком – встановлення обмежень що довели чи неприйнятних ризиків;

моніторинг ризиків – процес постійного спостереження за джерелами ризику.

Рівень кредитного ризику характеризується дотриманням економічних нормативів Національного банку України (таблиця 1). Варто відмітити ефективність ризик-менеджменту в АТ «Ощадбанк» кредитних ризиків, оскільки всі економічні нормативи (норматив максимального розміру кредитного ризику на одного контрагента; норматив великих кредитних ризиків; норматив максимального розміру кредитного ризику за операціями з пов'язаними з банком особами) були дотримані.

Проте розмір максимального розміру кредитного ризику на одного контрагента, норматив великих кредитних ризиків в АТ «Ощадбанк» був більшим від середнього по банківській системі у 2016-2018 роках.

Таблиця 1– Економічні нормативи кредитного ризику

	2016		2017		2018	
	по банківській системі	АТ «Ощадбанк»	по банківській системі	АТ «Ощадбанк»	по банківській системі	АТ «Ощадбанк»
Н7, норматив максимального розміру кредитного ризику на одного контрагента (не більше 25 %)	21,48	22,17	20,29	22,31	19,83	23,72
Н8, норматив великих кредитних ризиків (не більше 8-кратного розміру регулятивного капіталу)	308,27	426,31	208,31	404,79	176,23	362,52
Н9, норматив максимального розміру кредитного ризику за операціями з пов'язаними з банком особами (не більше 25%)	36,72	1,02	17,89	0,81	10,41	0,49

Джерело: складено за даними Національного банку України та консолідованої фінансової звітності АТ «Ощадбанк».

Основною причиною завищеного значення економічних нормативів Н7 та Н8 є кредитування Національної акціонерної компанії «Нафтогаз України», яка є пов'язаною стороною та належить державі. На кінець 2017 та 2016 років, АТ «Ощадбанк» обліковував кредити, номінальною вартістю 14 461 036 тис грн та 15 117 856 тис грн, відповідно, надані Національній акціонерній компанії «Нафтогаз України».

Основною метою управління ризиком ліквідності є забезпечення наявності обсягу ліквідних коштів, достатнього для покриття поточних та планових потреб з метою оптимізації витрат АТ «Ощадбанк», пов'язаних з забезпеченням необхідного обсягу ліквідних коштів. Управління ризиком ліквідності направлене також на забезпечення спроможності банку покривати відтік грошових коштів за кризовим сценарієм (в разі системної кризи, або близької до системної кризи ліквідності).

Ефективним є ризик-менеджмент в АТ «Ощадбанк» кредитних ризиків, оскільки всі економічні нормативи були дотримані. Основними методами, що застосовуються в процесі управління кредитними ризиками є: оцінка фінансового стану контрагента; розрахунок та встановлення лімітів кредитування позичальників/груп пов'язаних контрагентів; акредитація незалежних оцінювачів заставленого майна позичальників тощо.

УДК336.71(477)

ІГНАТЕНКО Є.О., магістрант
Науковий керівник – **ДРАГАН О.О.**, канд екон. наук
Білоцерківський національний аграрний університет

СУЧАСНИЙ СТАН ПАТ «БАНК «УКРАЇНСЬКИЙ КАПІТАЛ»

Проведений фінансовий аналіз діяльності ПАТ «Банк «Український капітал» в банківському секторі України, та зроблений аналіз його розвитку.

Ключові слова: фінансовий аналіз, фінансовий стан, аналіз, фінансова звітність, фінансові показники.

Аналіз фінансового стану ПАТ «Банк «Український капітал» проведемо відповідно до загальних положень аналізу банківської діяльності за напрямками: аналіз динаміки основних показників абсолютних показників діяльності комерційного банку, аналіз активів, власного капіталу та зобов'язань, аналіз доходів та витрат, а також аналіз відносних показників діяльності та економічних нормативів.

Інформаційними джерелами для аналізу діяльності банку є:

звіт про фінансовий стан (баланс);

звіт про прибутки і збитки та інший сукупний дохід;

звіт про зміни у власному капіталі (звіт про власний капітал);

звіт про рух грошових коштів за прямим методом (додатки А, Б, В);

примітки до фінансової звітності.

Аналіз динаміки основних показників діяльності ПАТ «Банк «Український капітал» наведені у табл. 1. та рис. 1.

Таблиця 1 – Аналіз динаміки основних показників діяльності ПАТ «Банк «Український капітал» у 2016-2018 рр., тис. грн

	2016 р.	2017 р.	2018 р.	Відхилення 2018 р. проти 2016 р.	
				тис грн	%
Активи	573193	736672	836478	263285	45,93
Зобов'язання	431498	504579	586201	154703	35,85
Власний капітал	141695	232093	250277	108582	76,63
Чистий процентний дохід/(Чисті процентні витрати) після створення резерву під знецінення кредитів та заборгованості клієнтів, коштів в інших банках	29443	40767	48158	18715	63,56
Прибуток/(збиток) за рік	2348	10345	11322	8974	382,20
Чисте збільшення/(зменшення) грошових коштів та їх еквівалентів	-23582	62137	-3803	19779	-83,87
Чисті грошові кошти, що отримані/(використані) від операційної діяльності	-111975	-25062	-35482	76493	-68,31
Чисті грошові кошти, що отримані/(вккористані) від інвестиційної діяльності	84998	7481	10053	-74945	-88,17
Чисті грошові кошти, що отримані/(вккорнстані) від фінансової діяльності	4322	80052	21998	17676	408,98

За даними фінансової звітності ПАТ «Банк «Український капітал» можна зробити висновок про загальні позитивні тенденції у розвитку банку. У першу чергу, це пов'язане зі збільшенням валюти балансу як загального обсягу активів, власного капіталу та зобов'язань. За досліджувані три роки (2016-2018 рр.) загальна вартість активів збільшилася майже у півтора (1,46) рази, що підтверджує позитивні тенденції. Зростання загальної вартості активів було неоднорідним протягом досліджуваного періоду та набувало таких значень: 2017 р. – 28,52%, 2018 р. – 13,55% (рис. 1).

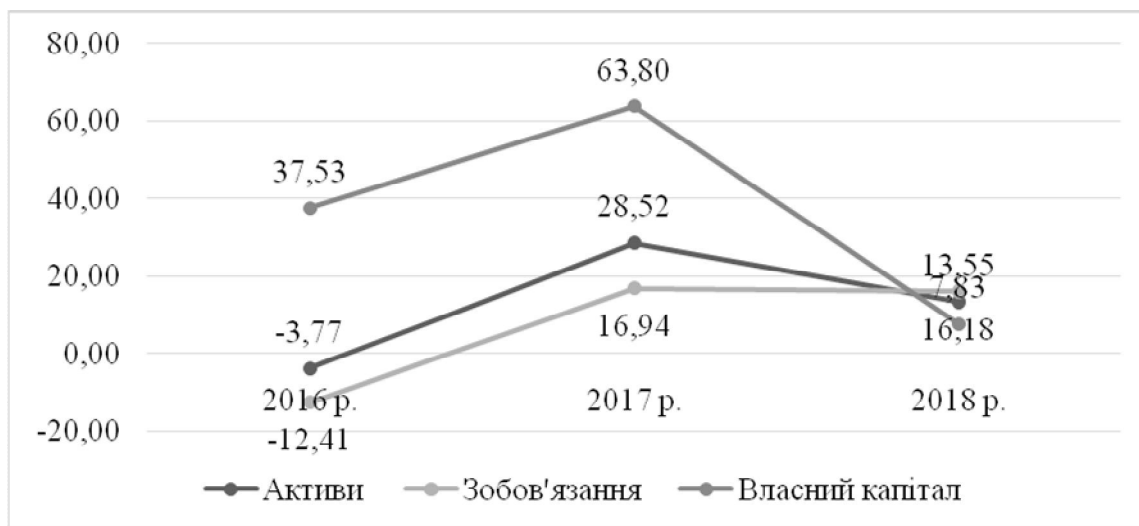


Рис. 1. Динаміка (темпи проросту) основних показників Звіту про фінансовий стан ПАТ «Банк «Український капітал», %.

Варто відмітити зменшення активів у 2016 р. на 3,77 %, що стало наслідком зменшення грошових коштів та їх еквівалентів, кредитів та заборгованості клієнтів, вартості інвестиційної нерухомості.

Станом на 01.01.2019 р. загальна вартість активів ПАТ «Банк «Український капітал» становила 836 478 тис. грн, що не відповідало загальному (середньому) рівню активів банківської системи України.

Станом на 01.10.2019 р. загальна вартість активів ПАТ «Банк «Український капітал» становила 978 687 тис. грн, проте середній рівень активів вітчизняного банку становив 2500680 тис грн, що у 26 разів менше (рис. 2.2). За даними «Показники фінансової діяльності (Активи банків України)» [73], що оприлюднюються Національним банком України можна відзначити, що ПАТ «Банк «Український капітал» перебував на 60 позиції серед 75 комерційних банків, що мали банківську ліцензію та подавали звітність.

УДК 336:330

КАМІНСЬКА Н.Д., магістрант
 Науковий керівник – **ДРАГАН О.О.**, канд екон. наук
Білоцерківський національний аграрний університет

ОПТИМІЗАЦІЯ СТРУКТУРИ КАПІТАЛУ СК «УНІВЕРСАЛЬНА»

Досліджено методологічні особливості визначення оптимальної структури капіталу з метою зміцнення фінансової стійкості підприємства. Досліджено методи та критерії оптимізації структури капіталу.

Ключові слова: фінансовий леверидж, середньозважена вартість капіталу, власний та позиковий капітал, оптимізація структури капіталу, фінансова стійкість.

Оптимізація структури капіталу за критерієм максимізації рівня фінансової рентабельності. Цей метод ґрунтується на різноманітних розрахунках рівня фінансової рентабельності (рентабельності власного капіталу при різній структурі капіталу) і передбачає використання механізму фінансового левериджу. За допомогою левериджу характеризується взаємозв'язок між прибутком і вартісною оцінкою активів або фондів, які використані для отримання конкретного прибутку. Для розрахунку ефекту фінансового важеля використовується така формула:

$$ЕФВ=(1 - K_{OP})(KBP_A - СП) \frac{ПК}{BK}, \quad (3.1)$$

де ЕФВ – ефект фінансового важеля (тобто нарощення рентабельності власного капіталу за рахунок використання позикового);

КОП– коефіцієнт оподаткування прибутку;

КВРА– коефіцієнт валової рентабельності активів (відношення валового прибутку до середньої вартості активів);

СП – середня ставка процента за позиковими коштами;

ПК – середній обсяг використовуваного позикового капіталу;

БК – середня сума власного капіталу [1, с. 84].

Розрахунок оптимальної структури капіталу за критерієм максимізації рівня рентабельності власного капіталу для ПАТ «СК «Універсальна» наведено в табл. 1.

Найбільший рівень рентабельності власного капіталу спостерігається при першому варіанті розрахунків, що відповідає фінансуванню діяльності страховика за рахунок власного капіталу без залучення кредитів. За цих умов чистарентабельність власного капіталу складе 6,29 %.

Таблиця 1 – Оптимізація структури капіталу ПАТ «СК «Універсальна» згідно з критерієм максимізації рівня рентабельності власного капіталу

Показник	I	II	III	IV	V	VI	VII	VIII
Загальний обсяг капіталу, тис. грн	81284	81284	81284	81284	81284	81284	81284	81284
Власний капітал, тис. грн	81284	73156	65027	56899	48770	40642	32514	24385
Позиковий капітал, тис. грн.	0	8128	16257	24385	32514	40642	48770	56899
Частка позикового капіталу, %	0	10	20	30	40	50	60	70
Коефіцієнт валової рентабельності активів, %	8,17	8,17	8,17	8,17	8,17	8,17	8,17	8,17
Мінімальна ставка відсотка за кредит, %	0	20	20	20	20	20	20	20
Мінімальна процентна ставка з урахуванням премії за ризик, %	0	20	20,5	21	21,5	22	22,5	23
Бухгалтерський прибуток з урахування відсотків за кредит (ряд.1*ряд.5:100), тис. грн.	6637	6637	6637	6637	6637	6637	6637	6637
Сума відсотків за кредит (ряд.3*ряд7.:100), тис. грн.	0	1626	3333	5121	6990	8941	10973	13087
Бухгалтерський прибуток без урахування суми відсотків за кредит (ряд.8-ряд.9), тис. грн.	6640	5014	3307	1519	-351	-2302	-4334	-6447
Ставка податку на прибуток, частки одиниць	0,23	0,23	0,23	0,23	0,23	0,23	0,23	0,23
Сума податку на прибуток (ряд.10*ряд.11), тис. грн	1527	1153	761	349	0	0	0	0
Чистий прибуток (збиток) (ряд.10-ряд.12), тис. грн.	5113	3861	2546	1169	-351	-2302	-4334	-6447
Чиста рентабельність власного капіталу (ряд.13/ряд.2*100), тис. грн.	6,29	5,28	3,92	2,06	-0,72	-5,66	-13,33	-26,44
Ефект фінансового левериджу, %	0,00	-1,01	-2,37	-4,23	-7,01	-11,95	-19,62	-32,73

Джерело: складено автором.

Надалі при зростанні частки позикового капіталу рентабельність власного капіталу знижується й у п'ятому варіанті розрахунків наявна збитковість власного капіталу через наявність чистого збитку в обсязі 350,75 тис. грн. Ефект фінансового важеля за проведеними розрахунками має від'ємне значення у зв'язку з тим, що показник валової рентабельності активів має досить низьке значення порівняно з розміром процентної ставки за кредит з урахуванням премії за ризик [2, с. 278].

За даними виконаних розрахунків ПАТ «СК «Універсальна» не вигідно нарощувати позиковий капітал, оскільки це не приводить до зростання рентабельності власного капіталу, а веде до його проїдання. Це пов'язано з тим, що рівень рентабельності активів перебуває на рівні, нижчому ніж мінімальна процентна ставка за кредит. Водночас при оптимізації структури капіталу необхідно враховувати також, що страхова компанія відрізняється від інших суб'єктів господарювання наявністю в структурі її пасивів страхових резервів, які формуються за рахунок платежів страхувальників та мають безплатний характер для страхової компанії [3, с. 110].

Отже, запропонований порядок розрахунків щодо формування оптимальної цільової структури капіталу дасть змогу не тільки оперативної й оптимально структурувати капітал, а й спрогнозувати зростання рентабельності власного капіталу та фінансової стійкості страхової компанії на майбутнє, розробити загальні можливі напрями підвищення ефективної діяльності підприємства в цілому.

1. Телишевська Л.І. Управління фінансовими ресурсами підприємства в межах його інвестиційної діяльності / Л.І. Телишевська, О.В.Птащенко, А.В.Белоус // БізнесінФорм. – № 8. – 2014. – с. 273-277.
2. Короленко С.М. удосконалення підходу до оптимізації структури капіталу промислового підприємства / С. М. короленко, Р.В.Короленко, О.В.Патицька // Економіка. Управління. Інновації. – № 1. – 2018. – с. 56-65.
3. Сініцин О.О. Фінансовий леверидж в управлінні структурою капіталу / О.О.Сініцин // Ефективна економіка – 2014. – № 9. – с. 1-3.

УДК336:368.013(477)

ОДНОРОГ М.Ю., магістрант

Науковий керівник – **ДРАГАН О.О.**, канд екон. наук

Білоцерківський національний аграрний університет

ФІНАНСОВИЙ НАЛІЗ СК «УНІКА» НА СТРАХОВОМУ РИНКУ УКРАЇНИ

Проведений аналіз основних показників діяльності та визначено ринкові позиції «СК «УНІКА» на страховому ринку України.

Ключові слова: страхування, аналіз, страхова діяльність, ринкові позиції, страховики.

Позиціонування ПрАТ «СК «УНІКА» на страховому ринку України можна визначити, порівнявши основні показники даної страхової компанії з аналогічними показниками інших страховиків. За даними сайту forinsurer.com [79] проведемо позиціонування ПрАТ «СК «УНІКА» станом на 31.12.2018 року:

перше місце за розміром активів та валових премій;

друге місце за розміром чистих страхових премій, поступаючись лише СК «АХА страхування» (1 827 228 тис грн);

третє місце за рівнем виплат, поступаючись лише СК «Юніверс» та СК «Колоннейд Україна»

38 місце за темпом приросту страхових премій, поступаючись Ю.Ес.Ай. (приріст – 831,6%), Гардіан (185,6%), Еталон (130,9%), Оберіг (122%), Мега-гарант (92,4%) та інші. Темп приросту страхових премій ПрАТ «СК «УНІКА» становив 19,9%.

Основні показники діяльності ПрАТ «СК «УНІКА» наведені у таблиці 1 свідчать про її динамічний розвиток та нарощення економічного та фінансового потенціалу у 2015-2018 роках.

Таблиця 1 – Основні показники діяльності ПрАТ «СК «УНІКА»

	2015 р.	2016 р.	2017 р.	2018 р.
Страхова діяльність, тис грн				
Валові страхові премії	1 008 058	1 064 115	1702912	2041616
Чисті страхові премії	670 900	810 867	980161	1446445
Чисті страхові виплати	316 840	355 976	443932	714228
Рівень чистих виплат, %	47,23	43,90	45,29	49,38
Перестраховання, тис грн				
Сплачено на перестраховання	224 025	202 762	663515	424957
Частка у валових страхових преміях, %	22,22	19,05	38,96	20,81
Страхові резерви, тис грн				
Обсяг сформованих страхових резервів	463 417	549 443	889 104	1 780 279
Активи страховиків та статутний капітал, тис грн				
Загальні активи (згідно з формою 1 (П(С)БО 2)	969 314	1 163 545	1 662 717	3 574 471
Обсяг сплачених статутних капіталів	155 480	155 480	155 480	155 480
Залишок коштів у централізованих страхових резервних фондах	9282	11650	13992	29441
Фінансові результати діяльності, тис грн				
Валовий прибуток	354 060	454 891	536229	732217
Чистий фінансовий результат	159 702	85 206	39119	25151

Валові страхові премії ПрАТ «СК «УНІКА» у 2018 р. більші у 2 рази, ніж у 2015 р. за умови зростання чистих страхових премій у 2,15 разів та премій, переданих у перестраховання у 1,9 разів. Загальні активи страхової компанії збільшилися у 3,7 разів за умови незмінності статутного капіталу, проте таке зростання було забезпечене зростанням переважно позикового капіталу. Єдиним з розрахованих у таблиці 1 показників був чистий фінансовий результат, що зменшився у 6,3 разів та зменшення відбувається щороку (2016 р. - 46,65%, 2017 р. - 54,09%, 2018 р. - 35,71%).

Ринкові позиції ПрАТ «СК «УНІКА» (рис. 2.1) на страховому ринку України наведені за позицією активів та валових страхових премій. Вихідними даними для розрахунку ринкової позиції є дані таблиці 2.4 та дані про страховий ринок України:

валові страхові премії: 2015 р. – 29 736,00 млнгрн, 2016 р. – 35 170,30 млнгрн, 2017 р. – 43 431,80 млнгрн, 2018 р. – 49 367,50 млнгрн;

активи страховиків (згідно з формою 1 (П(С)БО 2): 2015 р. – 60 729,10 млнгрн, 2016 р. – 56 075,60 млнгрн, 2017 р. – 57 381,00 млнгрн, 2018 р. – 63 493,30 млн грн.

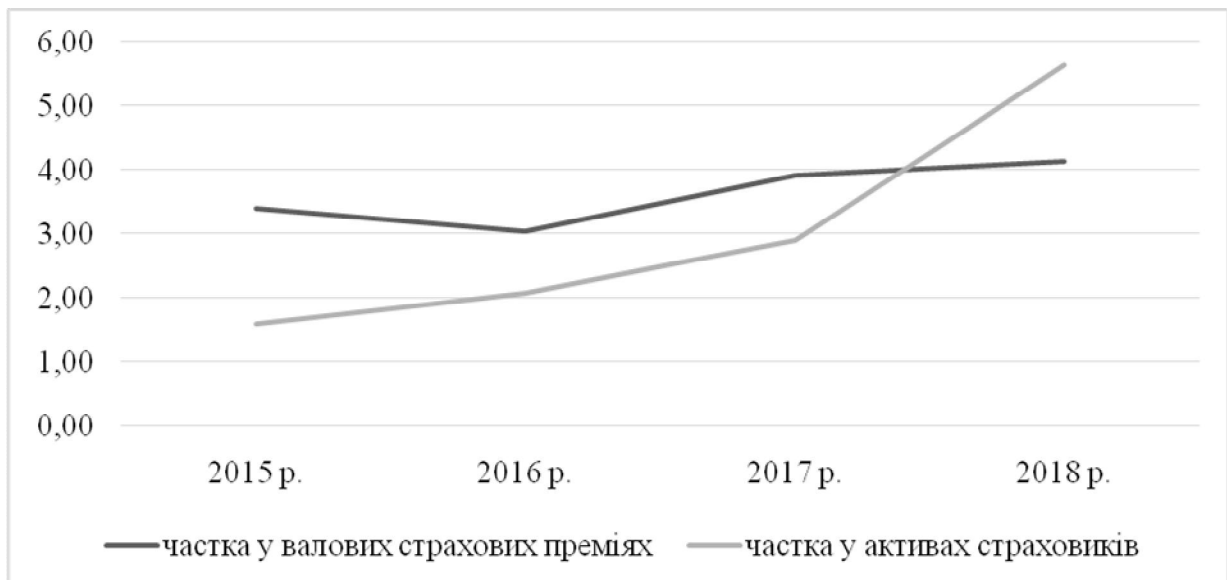


Рис. 1. Ринкові позиції ПрАТ «СК «УНІКА», %.

Збільшення частки ПрАТ «СК «УНІКА» у активах страховиків відбувалося у контексті абсолютного лідерства. Станом на 31.12.2018 р. найближчими конкурентами ПрАТ «СК «УНІКА» за розміром активів були ПрАТ «Страхова компанія «ТАС» (2 580 653 тис грн), АТ «Страхова компанія «Креміль» (2 486 852,4 тис грн), ПрАТ «Страхова компанія «ПЗУ Україна» (2 201 809,0 тис грн), ПрАТ «Страхова компанія «АХА Страхування» (1 932 701,0 тис грн), ПрАТ «Акціонерна страхова компанія «ІНГО Україна» (1 843 094,8 тис грн).

За розміром страхових премій ПрАТ «СК «УНІКА» поступалася лише ПрАТ «Страхова компанія «АХА Страхування» (1 726 467,0 тис грн), найближчими конкурентами були ТДВ «Страхова компанія «Біфест» (1 135 051,0 тис грн), ТДВ «Страхова компанія «Власний захист» (978 245,0 тис грн), ПрАТ «Страхова компанія «ТАС» (967 328,0 тис грн), ПрАТ «Акціонерна страхова компанія «ІНГО Україна» (882 284,5 тис грн), ТДВ «Страхова компанія «Інноваційні страхові технології» (877 023,0 тис грн).

Таким чином, ПрАТ «СК «УНІКА» слід вважати одним з лідерів страхового ринку України, що здійснює страхову діяльність за 31 ліцензією Нацкомфінпослуг України на страхову діяльність у формі обов'язкового та добровільного страхування.

UDC 336.64

RESHETNYUK B.S., undergraduate
 Scientific adviser – **DRAGAN O.O.**, PhD in Economics
Bila Tserkva National Agrarian University

INSURANCE AS AN IMPORTANT ELEMENT OF ENTERPRISE FINANCIAL SECURITY

The theoretical aspects of the term "insurance", the relationship of insurance with the financial security of the enterprise are investigated. The role of insurance in the current difficult conditions of doing business is determined.

Keywords: insurance, financial security, enterprise, financial condition, property interests.

The problem of economic and financial security began to be investigated recently by representatives of domestic economic science. The emergence and constant increase of attention to these problems is the transformational and financial crisis of the Ukrainian economy, which has covered all spheres and has become a significant obstacle to ensuring the sustainable development of the economy

and society. Therefore, the issues of ensuring the economic security of the state as a whole and of business entities in particular should be considered as one of the most important national priorities. Addressing these issues is directly related to the level of development of the insurance industry.

While protecting the property interests of citizens and business entities, insurance is widely used to secure property liability, a necessary element of the state's economy, and an important element in shaping business security. In highly developed countries, the insurance industry is becoming a systematic factor in the development of entrepreneurship and a significant source of venture capital. Mainly, the capital of these countries' insurance companies is channeled into high growth and intensive development industries. The insurance conceals a reserve of economic support for entrepreneurship, innovative projects of enterprises and strengthening of economic security of business entities in Ukraine.

In order to establish and describe the structural-logical relationship between insurance and business security, it is necessary to first make a semantic analysis of the term "insurance", given the ambiguity of its emotional and phonetic color. According to the scientists M. Klapkiv [4], O. Zaletov [3], D. Bilenchuk and O. Pavlyuk [1] and others, "insurance" is used in modern Ukrainian terminology without a positive, emotionally, color. After all, the root of the above term is the root of "fear", which, in essence, is associated with certain negative emotions, fear of the unknown future. This disadvantage is the result of underdevelopment at the time of the emergence of insurance in the Russian insurance market in the era of tsarist Russia (and Ukraine was part of it), insurance terminology and insurance relations "at your own risk." In most EU languages (English, Italian, French, Hungarian), insurance comes from words that symbolize confidence, reliability, security, and belief in the future. Therefore, there is a debate in the scientific community about the use of the synonym for insurance - insurance. And this is not surprising, because "security" contains precisely those linguistic and substantive features that should characterize this category of economic relations. According to the modern interpretative dictionary of the Ukrainian language [2, p. 95], the term "to secure" means to assure, to reassure, to inspire hope, which, in fact, corresponds to the analogues of European languages. Therefore, it is the term "security" that fully reveals the true linguistic content of this economic category. Having considered the semantic approaches to the analysis and use of the term "insurance", it is necessary to proceed to the consideration of the security category, in particular the financial security of the enterprise. Many encyclopedias [5] understand the safety of a state where nothing is threatened by anyone. Therefore, taking into account this, the reduction or absence of threats can be understood as a certain security status of any subject. In today's economic literature, various views of experts on the essence of the concept of "security" are considered, among which, in our opinion, it is expedient to distinguish two approaches. The first approach is based on the definition of security as a state, the second - as a specific characteristic of the system (or its components). Noteworthy is the point of view of L. Kozhenovsky [6], according to which all definitions of the essence of the concept of "security" can be considered in the context of two concepts: the first distinguishes the essence of security in the forms of existence; the second is the essence of security in threats. According to the author, these concepts should not be considered separately because they are interrelated and one follows from the other. Security, according to the author, is a certain state of protection of any subject against threats, which can be achieved only in the conditions of certain activity. If a certain state of protection is reached, then certain forms of existence are provided, because a certain level of security is the basis for a certain form of existence.

In today's difficult business environment, the role of insurance in underestimating the economic security of entrepreneurship under conditions of inactivity of state institutions in protecting business from criminal encroachments, so-called "raiding", corruption and discriminatory actions of representatives of public authorities through insurance by large shareholders of title shares is underestimated. Particularly vulnerable to these risk factors is the SME sector, whose development, in the face of fierce competition, remains high-risk, with the corresponding rise in the value of credit resources as a source of investment. To prevent credit default risks, business entities must insure their credit risks. This will allow the payment of interest or loan amount at the expense of insurance companies during periods of low market conditions for their products. Such measures enable the enterprise to direct its financial resources to stabilize its financial condition. We would like to emphasize that today insurance is not considered by enterprises as an effective source of credit resources. World practice proves that it is able to provide enterprises with

access to financial and credit resources and competitive positions in foreign markets. One of the mechanisms of effective protection of property interests of insurance companies in developed countries of the world is the creation of insurance guarantee funds in the form of non-profit state or communal organizations. At the same time, these institutions play the role of an additional element of the system of financial and credit promotion of business development. The financial resources of these funds are created by compulsory deductions from the sums that come to insurance companies from one or another type of insurance. The management of the funds and the decisions on the list of economic risks of the business entities to be reimbursed, as well as the decisions regarding the payment of sums insured, shall be exercised by the board of such guarantee fund. The role of insurance guarantee funds in enhancing the security of business (particularly in the small business sector) by covering the following risks may be significant: loss of profits; losses from production breaks; non-payment of counterparties; non-repayment of a loan or loan; risks related to foreign economic activity of enterprises, etc.

1. Bilenchuk D.P., Pavlyuk O.S. Secured or insured? A new look at an old problem. Insurance business. 2013. No. 4 (12). P. 5.
2. The Big Economic Dictionary / ed. A.N. Azrilliana. 2nd ed., Suppl. and recycling. Moscow, Institute of New Economics, 1997. 864 p.
3. Zaletov O.M. Life Assurance: A Monograph. Kyiv: Bison International Agency, 2016. 688 p.
4. Klapkiv M.S., Klapkiv Yu.M. Origins of the national insurance market of Ukraine: monograph. Ternopil: Carte Blanche, 2003. 275 p.
5. Kozhenovsky L. Security Management. Current problems of the economy. 2004. № 1. P.147–154.
6. Shnyrkov A., Rogach A., Kopystyra A. Ukraine's joining the WTO: Realities and Challenges. Transition Studies Review. Vol. 13, No. 3. 2016. P. 513–524.

УДК 658.14/.17-048.34

ВЕРХОЛАТ В.В., магістрантка

Науковий керівник – **АРТІМОНОВА І.В.**, канд. екон. наук

Білоцерківський національний аграрний університет

ОПТИМІЗАЦІЯ ДЖЕРЕЛ ФОРМУВАННЯ ФІНАНСОВИХ РЕСУРСІВ ПІДПРИЄМСТВА

Розглянуто основні джерела формування капіталу суб'єкта господарювання та обґрунтовано роль власних та позикових джерел у забезпеченні ефективної діяльності підприємства. Виокремлено методичні підходи щодо визначення оптимального співвідношення між власним та позиковим капіталом підприємства в сучасних умовах господарювання. Запропоновано напрями підвищення ефективного функціонування підприємства.

Ключові слова: власний капітал, позиковий капітал, фінансовий леверидж, структура капіталу.

Забезпечення оптимальної структури джерел фінансування та вирішення питань потреби фінансових ресурсів підприємства набуває важливого значення, оскільки сприяє ефективному функціонуванню підприємства. Фінансові ресурси є важливим видом ресурсів підприємства, що легко може трансформуватися в будь-який інший вид ресурсів.

Результативне управління фінансовими ресурсами підприємства забезпечується через комплекс дієвих методів, важелів впливу на багатоманітні види фінансів для отримання очікуваного результату [1].

Так, фінансові ресурси підприємства – це грошові кошти, які являють собою прибутки і зовнішні надходження, призначені для забезпечення підприємством своїх фінансових зобов'язань і здійснення витрат по розширеному відтворенню [1].

Оптимізація структури капіталу є одним з найважливіших завдань для підприємства, яке вирішується у процесі фінансового управління ним.

Оптимальною структурою капіталу вважається така структура, при якій поєднання власних і позикових джерел забезпечило б оптимальне співвідношення рівня рентабельності власного капіталу й ступеня фінансової стійкості, при цьому максимізуючи ринкову вартість підприємства.

Основні джерела зростання обсягу реалізації продукції, зниження її собівартості, підвищення якості товарної продукції та реалізація її на вигідніших ринках збуту можуть забезпечити оптимізацію прибутку підприємства.

Фінансові ресурси це джерела формування майна підприємства у вартісному вираженні. За джерелами формування їх доцільно класифікувати на власні, позичені та залучені (кредиторська заборгованість).

Підприємство має найвищу фінансову стійкість коли використовує лише власний капітал, при цьому обмежуючи темпи свого розвитку й можливості приросту прибутку на вкладений власний капітал. Залучення позикового капіталу підприємством хоча й призводить до зниження фінансової стійкості, проте забезпечує високий фінансовий потенціал розвитку й можливість приросту рентабельності власного капіталу [2].

Формування оптимальної структури капіталу для підприємства відбувається через створення такої пропорції, яка здатна забезпечити раціональне співвідношення використання між власним і позиковим капіталом.

Нині оптимізувати структуру капіталу можливо за рахунок такої політики фінансування активів, яка б враховувала вартість, ризики та терміни залучення капіталу, дала змогу управляти величиною ефекту фінансового левериджу та забезпечувала б мінімальну вартість залучення.

Ефект фінансового левериджу являє собою зміну рентабельності власного капіталу з використанням позикових коштів в обороті підприємства. Позитивний ефект фінансового левериджу виникає тоді, коли підприємство у своїй діяльності використовує позиковий капітал з фіксованим відсотком таким чином, щоб отримати більш високий прибуток, ніж фінансові витрати і забезпечити вищу дохідність сукупного капіталу ніж середньозважена ціна позикових ресурсів.

Всі джерела формування фінансових ресурсів мають особливості, які обумовлюють різний спосіб впливу на власні і позикові кошти діяльності підприємства.

Власні фінансові ресурси підприємства забезпечують фінансову стійкість розвитку підприємства, а отже, знижують ризик банкрутства, зберігають своєчасний контроль та управління первинними засновниками. В той час збільшення розміру залучених власних фінансових ресурсів, в порівнянні з позиковими, уповільнює підвищення рентабельності власних коштів. Однак, як зазначають вітчизняні науковці, використання позикових фінансових ресурсів знижує фінансову спроможність підприємства і підвищує можливість ризику його неплатоспроможності [3].

Розрахунок коефіцієнта ефекту фінансового левериджу здійснюється за формулою:

$$ЕФЛ = (1 - Сп) * (КРа - ВС) * (ПК/ВК), \quad (1.1)$$

де ЕФЛ — ефект фінансового левериджу;

Сп — ставка податку на прибуток;

КРа — коефіцієнт рентабельності активів;

ВС — відсоткова ставка за кредит;

ПК — позикові кошти;

ВК — власні кошти.

Таким чином, фінансовий леверидж впливає на прибутковість власного капіталу і фінансовий ризик, а отже, дозволяє планомірно управляти вартістю і структурою фінансових ресурсів підприємства [4].

Тому необхідно приділяти особливу увагу оптимізації структури капіталу шляхом управління величиною ефекту фінансового левериджу. Вчені зазначають, що найбільш оптимальним співвідношенням власного та позикового капіталу є 60:40, однак кожне підприємство має особливості діяльності, які впливають з галузевої приналежності [3].

Вважаємо, що для ефективного функціонування підприємства важливо визначати потребу в фінансових ресурсах та забезпечувати оптимальну структуру джерел їх формування, яка буде спри-

яти досягненню максимального розміру прибутку, високого рівня рентабельності, ступеня фінансової стійкості та платоспроможності, забезпечуватиме достатню ліквідність, прийнятний рівень фінансових ризиків, мінімізуватиме середньозважену вартість капіталу та створить умови для зростання ринкової вартості підприємства, підвищення його конкурентоспроможності за досягненням стратегічних цілей. Необхідно здійснювати постійний моніторинг стану кредитного та фондового ринків, забезпечувати можливість збільшення обсягів власного капіталу підприємства.

1. Закон України “Про господарські товариства” від 19.09.1991 № 1576-XII:
2. [Електронний ресурс]. – Режим доступу: www.rada.gov.ua.
3. Мельник О. Особливості функціонування фінансових ресурсів в системі
4. управління підприємством. Галицький економічний вісник. 2012. № 3(36). С.108-116.
5. Мартянов О.І., Макух Т.О. Оптимізація фінансових ресурсів
6. підприємств в умовах глобальної фінансової кризи. Стратегія розвитку України. Економіка, соціологія, право. 2010. №1.
7. Близнюк О.П., Горпинченко А.П. Класифікація джерел формування
8. фінансових ресурсів підприємства. Вісник Міжнародного Слов'янського університету. Серія «Економічні науки». Т. XV. 2012. С. 52-58.

УДК 336.41.025.13(477)

ТКАЧЕНКО Д. Ю., магістрант

Науковий керівник – **АРТІМОНОВА І. В.**, канд. екон. наук

Білоцерківський національний аграрний університет

ІМПЛЕМЕНТАЦІЯ НОРМ БАЗЕЛЬСЬКИХ УГОД В КОНТЕКСТІ ЗАБЕЗПЕЧЕННЯ ФІНАНСОВОЇ БЕЗПЕКИ БАНКІВСЬКОЇ СИСТЕМИ УКРАЇНИ

Розглянуто причини впровадження міжнародних стандартів регулювання і нагляду в банківській системі, проблеми імплементації рекомендацій Базельського комітету в Україні.

Ключові слова: банківські послуги, банківська діяльність, банківський капітал, Базель III, Базель IV, Базельський комітет.

Одним з ключових органів пруденційного нагляду за банками у всьому світі і головним ідеологом впровадження єдиних стандартів у сфері банківського регулювання є Базельський комітет з банківського нагляду. Незважаючи на те що його рішення не є обов'язковими, тобто відносяться до так званого м'якого права (soft law), вони активно імплементуються багатьма країнами світу, оскільки розроблені і схвалені центральними банками і фінансовими інститутами найбільш економічно розвинених країн світу, від яких залежить глобальна фінансова стабільність.

Зобов'язання дотримуватися рекомендацій Базельського комітету в країнах - членах ЄС закріплено в двох документах: в Регламенті (ЄС) 575/2013 Європейського Парламенту та Ради від 26 червня 2013 року про пруденційних вимог до кредитних організацій і інвестиційним компаніям, а також в Директиві (ЄС) 2013 / 36 / ЄС Європейського Парламенту та Ради від 26 червня 2013 року про доступ до діяльності кредитних організацій і пруденційного нагляду за діяльністю кредитних установ та інвестиційних фірм.

Базельські рекомендації використовують також Міжнародний валютний фонд і Світовий банк при реалізації Програми оцінки фінансового сектора (FSAP) для оцінки ефективності банківського нагляду в різних країнах.

Зараз світові фінансові установи активно обговорюють і готуються впроваджувати схвалений в грудні 2017 року Базель IV. Це збірка пропозицій і стандартів, який повинен забезпечити

ефективну імплементацію рекомендацій Базеля III. Вони будуть впроваджуватися з 1 січня 2022 року по 1 січня 2027 року.

Базель IV передбачає, наприклад, оновлення та уніфікацію способів обчислення нормативів капіталу. Це дасть можливість порівнювати показники банків по всьому світу.

Можна зробити висновок, що вимоги до капіталу, кредитному, операційного та іншими ризиками, передбачені Базелем IV, суттєво вплинуть на стратегії банків і їх бізнес-моделі, тому кроки щодо ефективної реалізації нових норм повинні бути якомога раніше інтегровані в стратегії кредитних установ.

Отже, з підписанням Угоди про асоціацію між Україною та ЄС наша країна взяла на себе зобов'язання запровадити міжнародні стандарти регулювання і нагляду в сфері фінансових послуг. В результаті Нацбанк і законодавчі органи почали активну імплементацію рекомендацій Базельського комітету.

Протягом найближчих років НБУ планує гармонізувати банківське законодавство України з рекомендаціями Базеля III і Базеля IV. Зокрема, мова йде про посилення вимог до капіталу банків.

В першу чергу буде розроблена нова структура регулятивного капіталу банку та критерії прийнятності його складових, змінені вимоги до мінімального капіталу 1-го і 2-го рівнів, а також до нормативів покриття ліквідності. Банки зобов'язані будуть публікувати звіти про виконання нових вимог.

Планується, що вже з 1 січня 2020 року банки почнуть формувати буфер запасу (консервації) капіталу понад норматив достатності основного капіталу. Мета такої консервації - підвищити здатність банків протистояти кризовим явищам і мінімізувати ризик неплатоспроможності. Цей запас капіталу накопичується банками в період економічного зростання для компенсації можливих втрат, які виникають в умовах загального економічного спаду. На момент впровадження розмір буфера буде складати 0,625%, а протягом 2020-2023 років заплановано щорічне підвищення нормативу на 0,625%.

Тому одним з ключових елементів підтримки платоспроможності та фінансової стійкості банків стане регулярне залучення незалежних аудиторів для проведення аналізу якості активів всіх банків.

Таким чином застосування рекомендацій Базельського комітету стане значним кроком на шляху до підвищення фінансової стабільності в кожній окремій країні і в світі в цілому, а також закладе надійний фундамент для подальшого розвитку ефективних систем банківського нагляду.

1. Ларионова И. В. О приведении банковского регулирования в соответствие со стандартами базельского комитета по банковскому надзору (базель III) в условиях нестабильной экономической ситуации, Москва, 2018.
2. Тарнавський М.О. Мінімальні вимоги до капіталу, 2018.
3. Чарая В. О. Причины внедрения Базель III, его характеристики, 2012.
4. Електронний ресурс - <https://bank.gov.ua/>
5. Електронний ресурс - <https://zakon.rada.gov.ua>.

УДК 658.15:336.274.2

ЗІНЧЕНКО Д.В., магістрант

Науковий керівник – **АРТІМОНОВА І.В.**, канд. екон. наук

Білоцерківський національний аграрний університет

НАПРЯМИ ПІДВИЩЕННЯ ЕФЕКТИВНОСТІ УПРАВЛІННЯ ДЕБІТОРСЬКОЮ ЗАБОРГОВАНІСТЮ ПІДПРИЄМСТВ

Розкрито проблеми управління дебіторською заборгованістю підприємств в умовах мінливого середовища. Запропоновано ряд управлінських заходів, які мають цільову орієнтацію і здатні

забезпечити ефективне управління дебіторською заборгованістю та підтримати рівень платоспроможності підприємств.

Ключові слова: економічна безпека, платежі, платоспроможність, фінансові інституції.

У сучасних умовах господарювання вітчизняні підприємства стикаються з проблемою нарощування взаємних боргів і неплатежів, тому нині постає необхідність у визначенні напрямів та інструментів ефективного управління дебіторською заборгованістю, оскільки вона значною мірою визначає забезпеченість економічної безпеки, можливості її підтримки та нарощення. Тому управління дебіторською заборгованістю є нагальною проблемою для вирішення українськими суб'єктами господарювання через жорсткі умови конкуренції, обмеженість ресурсів, низьку платоспроможність та ділову активність контрагентів.

Зазвичай, заборгованість покупців і замовників займає найбільшу питому вагу в структурі дебіторської заборгованості, приблизно до 90%. Тому при управлінні дебіторською заборгованістю для підприємств першочерговими завданнями є оптимізація розміру дебіторської заборгованості та забезпечити своєчасне повернення цієї заборгованості.

Вважаємо, що з ціллю усунення наявних деформацій у відносинах взаємних платежів між підприємством та іншими учасниками доцільно запроваджувати у процес управління дебіторською заборгованістю ряд дієвих управлінських заходів, які матимуть цільову орієнтацію й умови використання.

Пропонуємо розділити запропоновані нами заходи щодо підвищення ефективного управління дебіторською заборгованістю на підприємстві на 3 основні групи:

Управлінські заходи, що гарантують підприємству розрахунок за товари суб'єктами ринку фінансових послуг. До них варто віднести фінансові інструменти, з використанням яких підприємство-продавець частково або повною мірою перекладає ризик неповернення заборгованості на фінансові інституції або ж фінансова установа перебирає на себе зобов'язання забезпечити розрахунок із зазначеним суб'єктом господарювання. Головні види фінансових інструментів цієї групи із характеристикою подано в таблиці 1.

Таблиця 1 – Фінансові інструменти, що гарантують підприємству розрахунок за товари суб'єктами ринку фінансових послуг

Інструменти	Характеристика
Акредитив	Розрахунок із продавцем здійснює банк за дорученням покупця при умові подачі необхідних документів, що підтверджують отримання товару.
Лізинг	Лізингова компанія здійснює повну оплату товару, водночас у покупця виникає дебіторська заборгованість перед лізинговою компанією.
Банківський кредит	Банк надає покупцю цільовий кредит для купівлі у продавця необхідного товару.
Авальований вексель	Оформлення банком поруки до зобов'язань платника за векселем тобто банк, який авальював вексель гарантує його оплату. Навіть у випадку коли векселедавець не оплачує вексель, векселедержатель пред'являє вексель для оплати банку, що його авальював.
Банківська гарантія	Банк перебирає зобов'язання згідно доручення і за рахунок покупця у разі несплати покупцем у строк платежів, які він мав здійснити, провести дані платежі за свій рахунок.

Впровадження та використання зазначених інструментів максимально убезпечить підприємство від можливості виникнення простроченої або безнадійної дебіторської заборгованості, що значною мірою впливає на його фінансову стабільність та економічну безпеку.

Управлінські заходи, що спрямовані на забезпечення виконання зобов'язань боржником. Ці заходи спонукають покупця до виконання взятих на себе зобов'язань, оскільки його майно чи майно поручителя виступає гарантом виконання їх зобов'язань (таблиця 2).

Таблиця 2 – Фінансові інструменти, що спрямовані на забезпечення виконання зобов'язань боржником.

Інструменти	Характеристика
Застава	У випадку не виконання покупцем своїх зобов'язань забезпечених заставою, продавець має право одержати задоволення з вартості заставленого майна.
Поручительство	Гарантія поручителя перед продавцем полягає у виконанні покупцем своїх зобов'язань. У разі їх не виконання поручитель зобов'язується виконати всі зобов'язання самостійно.

Використання цих заходів надає підприємству відшкодувати збитки, що були одержані при виникненні простроченої дебіторської заборгованості за рахунок стягнення обтяженого заставою майна боржника або за рахунок поручителя.

Управлінські заходи, що спрямовані на самостійне повернення дебіторської заборгованості підприємством. До цієї групи заходів слід віднести, ті заходи, які підприємству варто застосовувати для повернення сумнівної дебіторської заборгованості у випадку її появи для її погашення чи продажу третій стороні (таблиця 3).

Таблиця 3 – Фінансові інструменти, що спрямовані на самостійне повернення дебіторської заборгованості підприємством.

Інструменти	Характеристика
Факторинг	Фактор купує у продавця право вимоги у грошовій формі на дебіторську заборгованість покупців за відвантажену їм продукцію з перебиранням ризику виконання такої вимоги та приймання платежів.
Досудове вирішення спору	Повернення дебіторської заборгованості здійснюється через проведення переговорів між продавцем та покупцем, направлення вимог та претензій.
Судове вирішення спору	Звернення до суду з метою стягнення з боржника заборгованості.

Вважаємо, що впровадження вище перелічених заходів дозволить підприємству стати більш конкурентоспроможним на ринку, мінімізувати ризики, що пов'язані з простроченням або неповоротністю дебіторської заборгованості, забезпечити економічну безпеку у довгостроковій перспективі.

Безумовно, використання запропонованих управлінських заходів забезпечить фінансову стійкість підприємства і належний рівень економічної безпеки. При виникненні сумнівної заборгованості вище охарактеризовані інструменти дозволяють застосувати заходи щодо примусового повернення боргів з використанням підтримки з боку суб'єктів фінансового ринку. Таким чином, ефективне управління дебіторською заборгованістю дозволить реально охарактеризувати фінансовий стан і приймати виважені стратегічні рішення із сталого розвитку підприємства.

1. Пильнов Д. О. Ефективне управління дебіторською та кредиторською заборгованістю як засіб контролю за фінансовим станом підприємства // Формування ринкових відносин в Україні. 2015. № 10. С. 88–92.
2. Фісуненко П.А., Літовченко С.В. Покращення управління дебіторською заборгованістю сучасних підприємств // Економічний простір. 2013. № 75. С. 250–262.
3. Чорнобривець М.М. Управління дебіторською заборгованістю підприємства // Науковий вісник НЛТУ України. 2013. Вип. 23.13. С. 241–247.

4. Ямненко Г. Механізм управління дебіторською заборгованістю підприємства // International Electronic Scientific Journal. 2017. Т. 3. № 2. С. 51–57.

УДК 658.155

ХОДАНЬ С.Д., магістрант

Науковий керівник – **АРТИМОНОВА І.В.**, канд. екон. наук

Білоцерківський національний аграрний університет

ОПТИМІЗАЦІЯ СТРУКТУРИ ФІНАНСОВИХ РЕСУРСІВ ПІДПРИЄМСТВ В УМОВАХ ДИНАМІЧНОГО СЕРЕДОВИЩА

Розглянуто складові та структуру джерел формування фінансових ресурсів, обґрунтовано доцільність їх збалансованості. Розкрито ключові аспекти, що стосуються оптимізації структури фінансових ресурсів підприємства, наведені та охарактеризовані критерії оптимізації, які сприяють забезпеченню фінансової рівноваги суб'єкта господарювання в умовах економічної нестабільності. Запропоновано напрями оптимізації формування фінансових ресурсів підприємств.

Ключові слова: власний капітал, позиковий капітал, фінансовий леверидж, кругообіг, ризик.

В умовах трансформаційних процесів можливості забезпечити фінансову стійкість і достатній ступінь платоспроможності кожного суб'єкта господарювання залежить від ефективної системи управління фінансовими ресурсами. Нині особливої уваги заслуговують питання удосконалення управління капіталом підприємства як інструмента підвищення ефективності його залучення, мобілізації, розміщення та використання. Динамізм, невизначеність, складність економічного середовища, що відбуваються в процесі кругообігу капіталу вимагають систематичного перегляду та удосконалення концептуальних засад управління ним. Тому виокремлення та обґрунтування факторів впливу на структуру капіталу, ґрунтовний аналіз процесу управління фінансовими ресурсами та визначення ключових критеріїв за якими здійснюється оптимізація вважаються першочерговими завданнями для будь якого підприємства.

Управління управління фінансовими ресурсами підприємства – це комплекс цілеспрямованих методів, операцій, важелів, прийомів впливу на різноманітні види фінансів для досягнення бажаного результату [1].

Відомо, що фінансові ресурси – це частина грошових коштів у формі прибутків і зовнішніх надходжень, призначених для виконання фінансових зобов'язань і здійснення витрат по забезпеченню розширеного відтворення. Вважаємо за доцільне розглянути види фінансових ресурсів, які подано на рисунку 1.

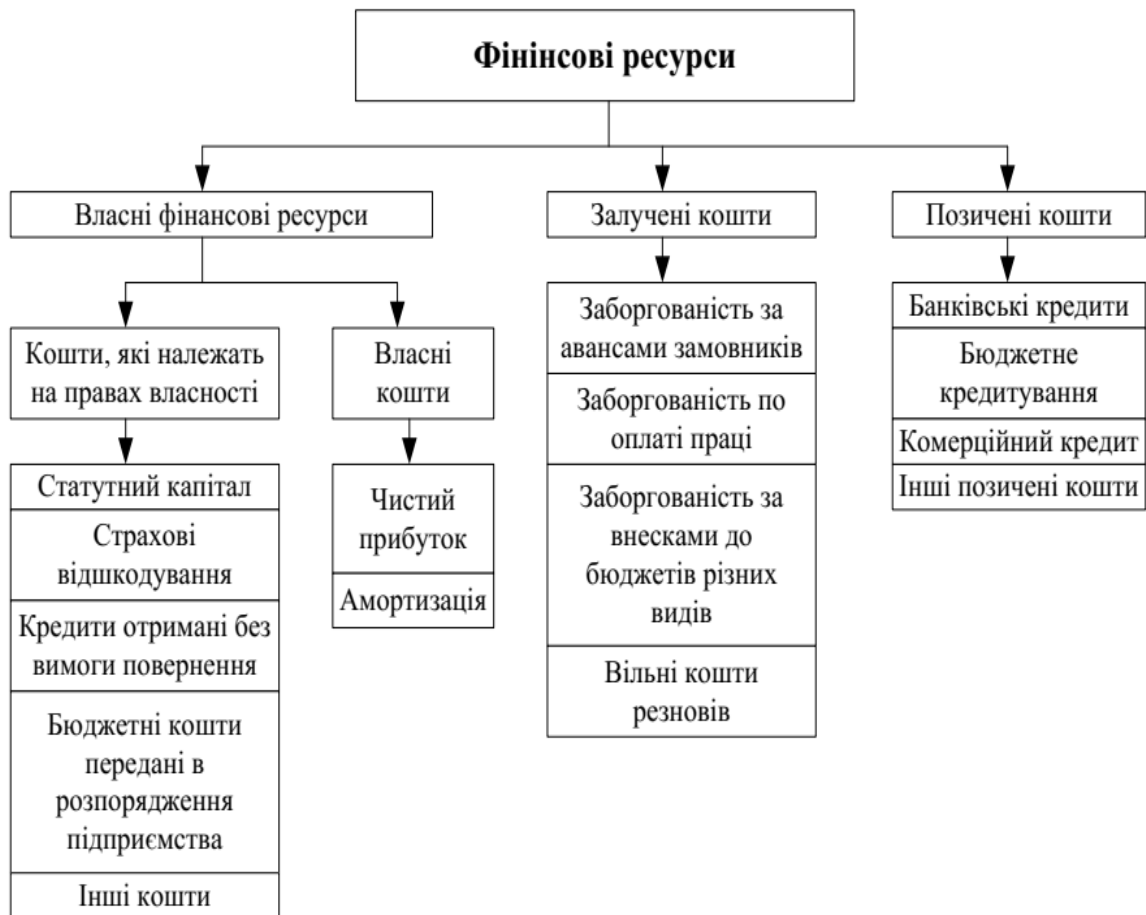


Рис. 1. Склад фінансових ресурсів підприємства.

Враховуючи основні аспекти формування фінансових ресурсів підприємств, можна стверджувати наступне, що джерела фінансових ресурсів поділяються на зовнішні, які залучаються в інших контрагентів та внутрішні, які знаходяться у розпорядженні підприємства. Виділення цих видів особливо важливе при дії таких принципів, як самоокупність, самофінансування, саморегулювання і матеріальна відповідальність, які визначають основну умову формування фінансових ресурсів – залучення капіталу за найменшою вартістю з мінімально допустимим ризиком з метою досягнення максимального прибутку. Для досягнення цієї мети забезпечується взаємодія фінансових ресурсів, їх джерел і фінансових відносин за допомогою ефективного фінансового механізму. Така взаємодія відбувається в процесі управління формування фінансових ресурсів, що включає ряд етапів від виявлення резервів підвищення ефективності формування фінансових ресурсів до практичних заходів щодо залучення коштів. Основою цього процесу є оптимізація структури капіталу, яку здійснюють за ключовими критеріями для забезпечення фінансової рівноваги підприємства при високій рентабельності капіталу, а саме вартість капіталу, що впливає на норму прибутку; ефект фінансового левериджу, тобто ефективність залученого позикового капіталу з позиції впливу на рентабельність власного капіталу через податкову економію і перевищення економічною рентабельністю активів плати за кредит, оптимальний рівень фінансового ризику; галузева приналежність підприємства, умови фінансування, рівень кредитоспроможності тощо [2]. Важливо відмітити, що ефективність формування позикового капіталу, рівень фінансового ризику залежить від проведення політики його формування в розрізі окремих видів.

Під час проведення дослідження було з'ясовано, що частка власного капіталу встановлюється залежно від галузі господарської діяльності підприємства. Так, для підприємств промисловості частка власного капіталу повинна становити не менше 60%, для торгівлі — 50%. Існують також думки, що оптимальним вважається співвідношення власного та позикового капіталу 2:1 [3; 4]. Вважаємо, що не можна визначити оптимальне співвідношення між власним та позиковим капіталом не враховуючи при цьому їх вартість, оскільки вартість капіталу – це загальна сума коштів,

яку потрібно сплатити підприємству за користування певного обсягу фінансових ресурсів, що формується з різних джерел і сприяє здійсненню господарської діяльності підприємства. Так, якщо вартість позикового капіталу нижча вартості власного капіталу, то в цьому випадку ефект фінансової діяльності буде вищим (нарощення рентабельності власного капіталу за рахунок використання позикових коштів), чим більша частка позикового капіталу буде в загальній сумі капіталу і навпаки.

Відповідно пріоритет конкретних критеріїв оптимізації структури капіталу кожне підприємство визначає самостійно. Оскільки, виходячи з результатів дослідження ми встановили, що не існує єдиної оптимальної структури капіталу не тільки для різних підприємств, але навіть і для одного підприємства на різних стадіях його розвитку. Отже, оптимальна структура капіталу повинна сприяти такому співвідношенню використання власних та позикових коштів, за умов якого забезпечується ефективна пропорційність між коефіцієнтом фінансової рентабельності та коефіцієнтом стійкості підприємства, тобто максимізується його ринкова вартість.

1. Мельник О. Особливості функціонування фінансових ресурсів в системі управління підприємством // Галицький економічний вісник. 2012. №3 (36). С. 108–116.
2. Ковтун О. А. Напрями оптимізації фінансових ресурсів підприємств в умовах нестабільного середовища // Інвестиції: практика та досвід. 2011. № 7. С. 47–50.
3. Семенов А. Г., Ярошевська О. В. Оптимізація структури капіталу підприємства за критерієм максимізації його рентабельності // Економіка та підприємництво. 2014. № 5 (80). С. 21-28.
4. Валіков В. П. Процес оптимізації структури капіталу промислового підприємства // Вісник Приазовського державного технічного університету: зб. наукових праць / ДВНЗ "ПДТУ". Маріуполь. 2017. Вип. 33. С. 225–234.

УДК 336.274.2:336.74

ОХРИМОВИЧ Т.С., магістрантка

Науковий керівник – **ГУТКО Л.М.**, канд. екон. наук

Білоцерківський національний аграрний університет

УПРАВЛІННЯ ДЕБІТОРСЬКОЮ ТА КРЕДИТОРСЬКОЮ ЗАБОРГОВАНІСТЮ ПІДПРИЄМСТВ З МЕТОЮ ЗБАЛАНСУВАННЯ ЙОГО ГРОШОВИХ ПОТОКІВ

Наведено важливість оптимізації грошових потоків підприємства, проблеми в організації грошових потоків, методи подолання цих проблем шляхом збалансування кредиторської заборгованості з дебіторською за обсягом і термінами погашення.

Ключові слова: оптимізація грошових потоків, кредиторська заборгованість, дебіторська заборгованість, збалансованість, синхронізація

Основною проблемою в організації грошових потоків на підприємствах є відсутність збалансованого співвідношення між надходженнями від реалізованих партій продукції та термінами оплати за рахунками від постачальників. В результаті, підприємство має значний обсяг короткострокової заборгованості. В основному, це заборгованість перед постачальниками, що утворилася в результаті неузгодженості та незбалансованості платежів від покупців і замовників з термінами погашення зобов'язань перед кредиторами.

Керівництву підприємства необхідно провести роботу щодо скорочення дебіторської заборгованості та підвищення її оборотності, що дозволить вивільнити додаткові кошти для того, щоб розрахуватися за своїми зобов'язаннями. Для скорочення обсягу дебіторської заборгованості та оптимізації її структури слід провести роботу по забезпеченню своєчасних надходжень за укладеними договорами купівлі-продажу [1].

Багато підприємств при здійсненні оптових поставок значну частину \ погашають за рахунок власних коштів до моменту фактичної оплати з боку замовників [2]. Такий стан справ призводить до зниження платоспроможності підприємства в окремі періоди внаслідок незбалансованих грошових потоків.

Важливою складовою в рамках управління заборгованістю є оцінювання стану боргових відносин між підприємствами, зокрема, динаміки заборгованості та її ролі у формуванні фінансових ресурсів суб'єктів господарювання (рис. 1). У сучасних умовах спостерігаються прискорені темпи зростання обсягів заборгованості підприємств вітчизняної аграрної галузі [3].

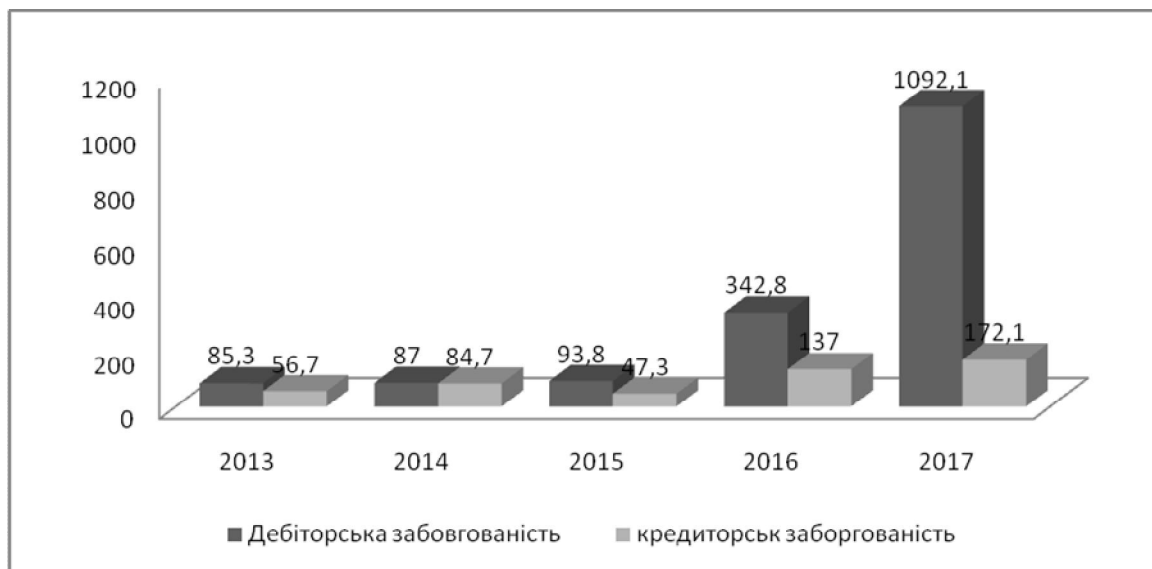


Рис. 1. Динаміка дебіторської та кредиторської заборгованості аграрних підприємств України у 2013–2017 рр., млрд грн.[4]

Борги дебіторів за період 2013–2017 рр. зросли на 1006,8 млрд грн (майже у 13 разів), а заборгованість підприємств перед кредиторами – на 14,4 млрд грн (у 3 рази). Таке стрімке погіршення фінансового стану сільськогосподарських підприємств за останні роки, в першу чергу, було спричинено проблемами в їх кредитній діяльності та управлінні заборгованістю.

Негативні наслідки зростання дебіторської заборгованості посилюються внаслідок того, що вона відіграє значну роль у формуванні фінансових ресурсів підприємства. За розрахунками, частка дебіторської заборгованості в активах сільськогосподарських підприємств протягом досліджуваного періоду зросла на 40,2 в.п. та склала 71% у 2017 р. (рис. 2). І хоча частка кредиторської заборгованості в структурі балансу є суттєво меншою та має тенденцію до зниження, необґрунтоване зростання боргів дебіторів спричиняє нестачу грошових коштів в обороті, що супроводжується необхідністю залучення додаткових джерел фінансування. Останні можуть приймати при цьому форму простроченої кредиторської заборгованості або банківських кредитів.

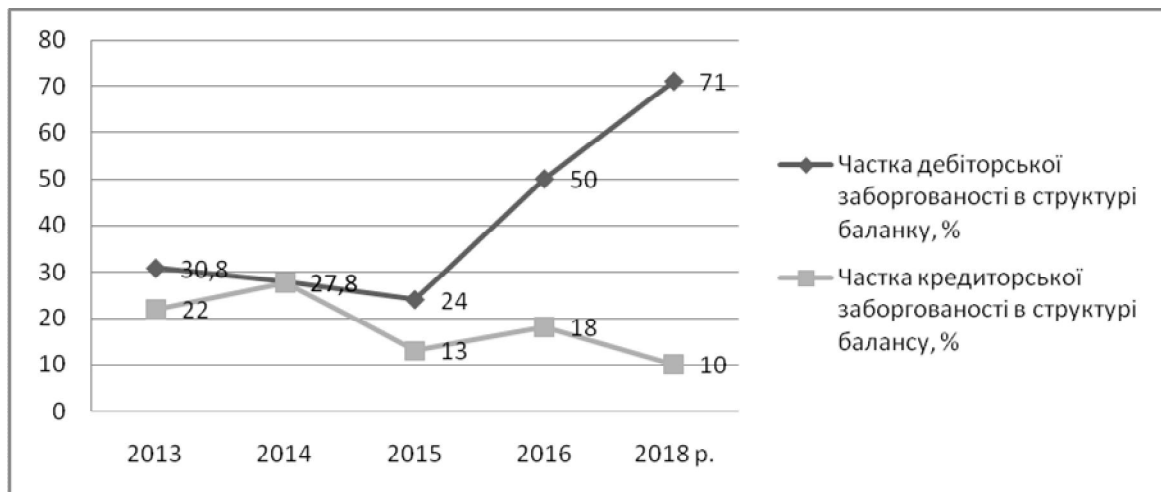


Рис. 2. Місце дебіторської та кредиторської заборгованості у складі фінансових ресурсів аграрних підприємств, 2013–2017 рр., %[4]

Для ліквідації даного дисбалансу слід провести роботу з оптимізації грошових потоків підприємства.

Одним з ключових напрямків такої оптимізації грошових потоків є впровадження кредитної політики на підприємстві з метою скорочення дебіторської заборгованості та оптимізації структури кредиторської заборгованості. За рахунок введення підходу, заснованого на ранжуванні клієнтів за станом платіжної дисципліни, оцінці надійності дебіторів і присвоєння їм класу надійності відповідно до умов диференційованого комерційного кредитування клієнтів буде можливим забезпечення перманентної платоспроможності шляхом скорочення розмірів дебіторської заборгованості [1].

Впровадження кредитної політики дозволить провести оптимізацію грошових потоків шляхом їх синхронізації і забезпечити баланс вхідних і вихідних грошових потоків підприємства. Даний підхід заснований на використанні методу синхронізації грошових потоків, при цьому основним критерієм оцінки якості синхронізації є підвищення коефіцієнта кореляції потоків, який повинен прагнути до 1 [2].

Оптимізація грошових потоків забезпечить підприємству:
 синхронізацію вхідних і вихідних грошових коштів;
 безперебійний характер господарської діяльності;
 фінансову стабільність і перманентну платоспроможність.

1. Пінчук Т.А. Організаційно-методичні проблеми обліку дебіторської заборгованості в системі управління підприємством / А.Т. Пінчук // Ефективна економіка – 2014. – № 10. – С. 36–41.
2. Гончарук Р.П. Сутність та класифікація кредиторської заборгованості: колізії наукових підходів // Вісник Житомирського державного технологічного університету. Серія: Економічні науки. – 2015. – №. 1(59), Ч. 1.
3. Л. М. Амбрамова, Н. О. Куровська Формування механізму управління дебіторською та кредиторською заборгованістю аграрних підприємств. Наукові горизонти-2018-№5
4. Статистична інформація Державна служба статистики України. Поточна заборгованість і забезпечення підприємства за видами економічної діяльності.<http://www.ukrstat.gov.ua/> [в Україні].

ФУНГ Х., магістрантка

Науковий керівник – ГУТКО Л.М., канд. екон. наук

Білоцерківський національний аграрний університет

РИНОК ВЖИВАНОЇ ТЕХНІКИ В УКРАЇНІ: СТАН ТА ПЕРСПЕКТИВИ РОЗВИТКУ

Розглянуто вторинний ринок техніки, як джерелавідтворення основних засобів сільськогосподарських підприємств. Розглянуто сучасний стан ринку вживаної техніки в Україні та окреслено перспективи його розвитку.

Ключові слова: вживана техніка, вторинний ринок, прибуток, відновлення, машинно-тракторний парк, лізинг, АПК.

Питання придбання сільськогосподарської техніки фінансово стійкими підприємствами в певній мірі вирішене – в країні є реальні механізми її придбання як в кредит, так і по лізингу. Якщо підприємство володіє достатнім обсягом фінансових ресурсів, то це полегшує процес відтворення основних засобів і дозволяє навіть диктувати свої правила на ринку при придбанні сільськогосподарської техніки. Однак не кожен сільськогосподарський товаровиробник здатний придбати нову техніку, навіть на умовах кредитування та пільгового лізингу [1].

Тому разом із впровадженням різних методів реалізації нової техніки у сільському господарстві потрібно розвивати ефективну систему реалізації вживаної техніки. Це дає можливість прискорити оновлення і покращити кількісну та якісну складову машинно-тракторного парку, а також зекономити значні обсяги грошових коштів, так як вартість вживаної техніки з відновленням ресурсу до значення 80-90% складає 45-65% від вартості нової [2].

Світовий досвід підтверджує економічну доцільність неодноразового перепродажу техніки за весь час життєвого циклу. Великі підприємства, агрофірми, агрохолдинги мають можливість придбавати нову техніку, системи машин вітчизняного та зарубіжного виробництва. В результаті наявна зношена техніка стає для них лишньою, вона переходить на вторинний ринок. Другим джерелом уживаної техніки є сільськогосподарські підприємства-банкрути. Ще одне джерело – зношена техніка, яка в результаті розірвання договорів лізингу звільняється і повертається до лізингодавця.

Вторинний ринок має свою систему функціонування, інструментарій регулювання економічних відносин самостійних товаровиробників. Для держави не важливо користується сільськогосподарський товаровиробник новою чи вживаною технікою, головне – збіг інтересів сільгоспвиробника і держави.

В Україні ринок вживаної техніки – це один із значущих шляхів збереження агротехнічного потенціалу за умов економічної кризи, адже багатий досвід ремонту агрегатів, вузлів і відновлення деталей був синхронізований в системі «Союзсільгосптехніка». Ціни на полагоджені машини, агрегати та вузли, як правило, встановлюються, виходячи із базової ціни на нову техніку та ступеню відновлення ресурсу. Даний напрямок особливо актуальний для фермерських господарств, так як купівля нової техніки для них, з фінансової точки зору – важке завдання [3].

Відновлення старої техніки здійснюється спеціалізованими підприємствами і технічними обмінними пунктами. Забезпечення різноманітних гарантій та додаткових послуг сприяє позитивний вплив на активізацію лізингових відносин. Заводами-виробниками техніки досягнуті значні успіхи в розвитку власних сервісних центрів їх технічному оснащенні та підборі висококваліфікованих фахівців. Сервісне обслуговування та вторинний ринок техніки створюють широку можливість впровадження нанотехнологій.

З врахуванням стану машинно-тракторного парку в сільському господарстві та деіндустріалізацію сільськогосподарського виробництва, що й досі триває, необхідна дієва система державної підтримки. Але в умовах необхідності формування ринку вживаної сільськогосподарської те-

хніки та поновлення ремонтного виробництва в АПК, концепція цієї системи має бути розширена: здавана техніка спрямовується на розбирання, відновлення і вторинний ринок, а не на утилізацію.

Основним пунктом при організації реалізації старої сільськогосподарської техніки в Україні є рентабельність капітально-відновлювального налагодження техніки та організація економічно взаємовигідних відносин між учасниками ринку [4].

Допускається, що сільськогосподарська техніка, що надходить для перепродажу, може бути і в працездатному стані, або вартість відновлення необхідно буде збільшити на величину витрат капітального ремонту.

Найважливішими параметрами, що мають вплив на вартість сільськогосподарської техніки, є стан двигуна, ходової частини і коробки передач.

Для розвитку ринку вживаної техніки необхідно вирішити низку питань: якісний аналіз наявного ринку сільськогосподарської техніки, обґрунтування методів її збуту, організація гнучкої системи ціноутворення, та ін. [5].

Отже, проблема підвищення ефективності агропромислового виробництва – одна з пріоритетних. В умовах інтенсивного старіння і дефіциту техніки, а також зниження надійності велике значення має розвиток вторинного ринку машин і устаткування для АПК.

Основна мета створення такого ринку полягає в збереженні парку машин і підвищенні технічного потенціалу господарств, продовженні термінів служби машин, забезпеченні технікою економічно слабких господарств.

1. Плаксієнко В.Я., Курбацька Л.М. Особливості відтворення окремих видів ресурсів в АПК. Держава та регіони. 2014. № 16. С. 203-209.
2. Андрійчук В.Г. Фінансовий лізинг у розвитку матеріальнотехнічної бази аграрних підприємств. Економіка АПК. 2017. С. 669
3. Неустроев Ю. Г. Шляхи розвитку вітчизняного машинобудування сільськогосподарської техніки. Науковий вісник Ужгородського національного університету. 2016. №8. С. 70-74.
4. Тарасович Л.В. Вплив показників фінансового стану на ефективність діяльності підприємств агрохімічного сервісу. Серія «Економіка», Вип. №13 2015. С. 252.
5. Підлісецький Г.М. Основні напрями високоефективного розвитку пореформеного агропромислового виробництва в Україні на інноваційній основі. К.: ІАЕ УААН, 2016. С. 353.

УДК: 658.5-044.337

ПАВЛІЩУК О.О., магістрант

Науковий керівник – **КЕПКО В.М.**, канд. екон. наук

Білоцерківський національний аграрний університет

УДОСКОНАЛЕННЯ ПРОЦЕСІВ ВИРОБНИЧОЇ ДІЯЛЬНОСТІ ПІДПРИЄМСТВА

Обґрунтовано теоретичні підходи та практичні рекомендації щодо удосконалення процесу виробничої діяльності підприємств лісового господарства взагалі, й зокрема, ДП «Жмеринське лісове господарство» Вінницької області.

Ключові слова: лісгосподарська діяльність, регіон, конкурентоспроможність лісових господарств, кластерна модель розвитку, виробничо-господарський механізм.

Виробництво є важливим компонентом функціонування будь-якого підприємства, тому що воно визначає його економічний розвиток, сталість фінансової системи і рівень життя працюючих. Оскільки в процесі виробничої діяльності приймають участь трудові, матеріальні, земельні та фінансові ресурси, то для досягнення високої ефективності процесу виробництва, варто поєднати їх з найбільш раціональною організацією виробництва. На практиці, підприємства, повинні не

тільки бути забезпечені високим технічним оснащенням і кваліфікованими кадрами, а й містити прогресивні форми організації виробництва і праці, раціонально використовуючи всі потужності, з урахуванням ринкової ситуації [1].

Метою наших досліджень є пошук основних шляхів удосконалення виробничої діяльності ДП «Жмеринське лісове господарство» Вінницької області.

Специфіка дослідження лісогосподарської діяльності визначається метою діяльності підприємств галузі, а саме їх ефективним господарюванням з врахуванням раціонального використання та збереження лісових ресурсів регіону в умовах еколого-економічного зрівноваженого розвитку та сприяння регіональних органів влади [2].

За даними останнього базового лісовпорядкування (2011 р.) загальна площа ДП «Жмеринський лісгосп» складає 18604,3 га. В основу організації процесу лісокористування, даного підприємства, закладений поділ лісів на категорії, в залежності від їх екологічного та народногосподарського значення, розташування та виконання ними функцій.

Основною виробничою одиницею на підприємстві є лісництво. Станом на 01.01.2018 р. загальна чисельність працівників на підприємстві налічує 127 чоловіків і 23 жінки, з них професійно-технічну освіту мають 63%, середню технічну 38%, вищу освіту 49% працівників. Для забезпечення потреб в садивному матеріалі, в лісовому розсаднику, вирощується кожного року 650 тис. шт. сіянців лісоутворюючих порід, а саме: дуб звичайний, горіх чорний, дуб червоний, груша, черешня та інші.

На кожному лісосіку до початку її розробки складається технологічна карта, яка з врахуванням конкретних умов відображає лісівничі та організаційні вимоги до виконання робіт. Технологічна карта вміщує, зокрема, перелік підготовчих робіт, визначає схему розробки лісосіки з нанесення на ній виробничих об'єктів, устаткування, шляхів, волоків, способи виконання лісозаготівельних операцій, тощо.

Вдосконалення організації виробничої діяльності, на підприємстві, передбачає оптимізацію всіх її складових елементів, забезпечення відповідності продукції якісним характеристикам, цілям діяльності, оптимального співвідношення прибутку і матеріально – грошових витрат понесених для його отримання [3]. До чинників, які негативно впливають на розвиток лісогосподарських підприємств відносять незадовільну матеріально-технічну базу для ведення підприємницької діяльності.

Проаналізувавши процеси виробничої діяльності на підприємстві, можна запропонувати наступні напрямки, спрямовані на її удосконалення: оптимізацію лісогосподарської діяльності в лісі, що включає здійснення своєчасних заходів охорони, захисту та відтворення лісу, активізацію використання потенціалу побічного користування, диверсифікацію діяльності у лісі, удосконалення інфраструктурного забезпечення лісогосподарської діяльності; організацію та активізацію лісогосподарської діяльності з продуктами лісу, що передбачає організацію переробки продукції побічного користування та розвиток переробки деревини.

Доведено, що ефективне управління виробничим підприємством неможливе без вдосконалення організаційної моделі виробничої системи підприємства. При цьому нами удосконалено організаційну модель виробничої системи лісогосподарського виробництва, яка враховує правильну систему організації, витрати часу та інших ресурсів. Здійснено розрахунок темпів зростання інтегрального показника гнучкості виробничої діяльності.

На основі аналізу наявних виробничих стратегій запропонована модель розробки виробничої стратегії лісогосподарських підприємств. Відповідно до розробленої моделі пропонуємо варіанти вибору виробничої стратегії лісогосподарських підприємств з визначенням різного коефіцієнту гнучкості. Динамічна модель реалізації стратегії виробничої гнучкості забезпечує оптимальне використання лісових ресурсів та максимізацію доходів від реалізації продукції у довгостроковому періоді.

Таким чином, на сучасному етапі досить гостро постає питання вдосконалення заходів, спрямованих на використання сучасних методів, з метою забезпечення оптимізації виробничої діяльності, ефективного використання наявного потенціалу та досягнення високих економічних показників в роботі лісогосподарських підприємств.

1. Волощук Р. В. Проблеми і перспективи розвитку лісогосподарського комплексу [Електронний ресурс]. – Режим доступу :http://rusnauka.com/17_AND_2010/Economics/68774.doc.htm
1. 2 Дребот О. І. Збалансований розвиток лісового сектору економіки в контексті європейської інтеграції України: [монографія] / О.І. Дребот, М.Х. Шершун, О.І. Шкуратов. – К.: Аграрна наука, 2014. – 317 с.
2. Шкуратов О.І. Оцінка конкурентного потенціалу лісогосподарських підприємств / О.І. Шкуратов // Науковий вісник НЛТУ України: Збірник науково-технічних праць. – Львів: РВВ НЛТУ України. – 2013. – [Вип. 23.03](#). – С. 309–314.

УДК 658.153-047.44

КРИКЛИВИЙ М.В., студент магістратури
 Науковий керівник – **ГЕРАСИМЕНКО І.О.**, канд. екон. наук
Білоцерківський національний аграрний університет

ОЦІНКА ЛІКВІДНОСТІ ПІДПРИЄМСТВА НА ПРИКЛАДІ ТОВ «СІЛЬПО-ФУД»

Наведено умови ліквідного балансу та представлено аналіз ліквідності балансу досліджуваного підприємства. Здійснено детальний аналіз ліквідності на основі представлених нормативних значень та розрахунків фінансових коефіцієнтів підприємства: покриття, швидкої ліквідності та абсолютної ліквідності.

Ключові слова: зобов'язання, активи, ліквідність балансу, фінансові коефіцієнти.

Важливим показником оцінки фінансового стану підприємства є ліквідність, сутність якої полягає у можливості підприємства у будь-який момент розрахуватися за своїми зобов'язаннями (пасивами) за рахунок майна (активів), що є на балансі. Ліквідність показує, як швидко підприємство може продати свої активи, отримати грошові кошти і погасити свої борги (заборгованості перед постачальниками, перед банком з повернення кредитів, перед бюджетом та позабюджетними централізованими фондами зі сплати податків та платежів, перед робітниками з виплати заробітної плати та інше) [1].

Для аналізу ліквідності балансу ТОВ «Сільпо-Фуд» представимо аналітичну таблицю 1, в якій відобразимо всі групи активів за ступенем їхньої ліквідності та пасиви за терміновістю погашення.

Таблиця 1 – Аналіз ліквідності балансу ТОВ «Сільпо-Фуд», тис. грн

Показники	Роки			Відхилення 2018р. +,- до 2016р.
	2016	2017	2018	
Високоліквідні активи (А1)	629391,5	424059,5	80107,5	-549284
Активи що швидко реалізуються (А2)	2272511	4719312,5	3797043,5	1524532,5
Активи що повільно реалізуються (А3)	2735505,5	1593357	97101,5	-2638404
Активи що важко реалізуються (А4)	3713290	3327614	1400354,5	2312935,5
БАЛАНС	9505142	10212160,5	5444681	-4060461
Термінові зобов'язання (П1)	6396993,5	7214456	3721426	-2675567,5
Короткострокові пасиви (П2)	2012979,5	2828451	2119100	106120,5
Довгострокові пасиви (П3)	2524654	2523063,5	1156040,5	-1368613,5

Сталі пасиви (П4)	1503270,5	2419167,5	1602704,5	99234
БАЛАНС	9505142	10212160,5	5444681	-4060461

Джерело: розраховано автором за даними фінансової звітності підприємства

На основі отриманих даних з таблиці 1. порівнюємо активи і зобов'язання. Баланс вважається ліквідним тоді, коли виконуються такі умови:

$$A1 \geq П1; A2 \geq П2; A3 \geq П3; A4 \leq П4.$$

За даними балансу вищевказані співвідношення матимуть такий вигляд:

$$A1 < П1; A2 > П2; A3 < П3; A4 > П4.$$

Отже, на основі отриманих результатів бачимо, що баланс є неліквідним. Тому що термінові зобов'язання перевищують високоліквідні активи, а це в свою чергу говорить про те, що сплата кредиторської заборгованості за рахунок грошових коштів та їх еквівалентів, що знаходяться в розпорядженні підприємства неможлива, у зв'язку з незначною їх кількістю.

Для більш детального оцінювання ліквідності підприємства застосовується система фінансових коефіцієнтів, що дозволяють порівняти вартість поточних активів з різним ступенем ліквідності із сумою поточних зобов'язань (табл. 2.).

Таблиця 2 – Показники ліквідності ТОВ «Сільпо-Фуд»

№	Показник	Роки			2018р. +/- до 2016р.
		2016	2017	2018	
1	Коефіцієнт покриття	0,68	0,68	0,68	-
2	Коефіцієнт швидкої ліквідності	0,36	0,52	0,67	0,31
3	Коефіцієнт абсолютної ліквідності	0,05	0,03	0,001	-0,049

Джерело: розраховано автором за даними фінансової звітності підприємства

Коефіцієнт покриття показує співвідношення оборотних активів і поточних зобов'язань. Нормативним є значення в межах 1-3, однак більш бажаним є значення 2-3. Коефіцієнт покриття протягом досліджуваного періоду не змінився, але його значення не досягає мінімально-нормативного. Коефіцієнт покриття ТОВ «Сільпо-Фуд» нижче нормативного, що свідчить про проблемний стан платоспроможності, адже оборотних активів недостатньо для того, щоб відповідати по поточним зобов'язанням, що призведе до зниження довіри з боку кредиторів, постачальників, інвесторів і партнерів. Крім цього, проблеми з платоспроможністю ведуть до збільшення вартості позикових коштів і, як результат, до прямих фінансових втрат. Коефіцієнт швидкої ліквідності – індикатор короткострокової ліквідності підприємства, що вимірює здатність вчасно погасити свої короткострокові зобов'язання за допомогою високоліквідних активів. До високоліквідних активів можна віднести грошові кошти та їх еквіваленти, поточні фінансові інвестиції, дебіторську заборгованість. Коефіцієнт швидкої ліквідності досліджуваного підприємства знаходиться в межах норми і становить – 0,67. Це свідчить про те, що підприємство в змозі погасити свої короткострокові зобов'язання перед кредиторами у разі критичної ситуації. Коефіцієнт абсолютної ліквідності – співвідношення найбільш ліквідної частини активів і поточних (короткострокових) зобов'язань. Показник демонструє частку поточних зобов'язань компанії, яка може бути погашена негайно. Нормативним вважається значення від 0,1 до 0,2. Даний показник у 2018 році суттєво відрізняється від норми та становить – 0,001, що вказує на неспроможність підприємства вчасно погасити борги у випадку, якщо термін платежів настане незабаром.

Отже, в ході проведеного нами аналізу можна зобити висновок, що підприємство здійснює неефективну фінансову політику, що призводить до необхідності додаткового залучення фінансових ресурсів із зовнішніх джерел.

СИВОКОНЬ В., студент магістратури
Науковий керівник – **ГЕРАСИМЕНКО І.О.**, канд. екон. наук
Білоцерківський національний аграрний університет

ОСОБЛИВОСТІ ФОРМУВАННЯ ФІНАНСОВИХ РЕСУРСІВ ПІДПРИЄМСТВА

Розглянуто підходи щодо формування фінансових ресурсів підприємств. Досліджено та представлено особливості формування фінансових ресурсів підприємств різних форм власності, їх джерел надходження, участь у розподілі прибутку та відповідальність за зобов'язаннями.

Ключові слова: фінансові ресурси, власний капітал, залучений капітал, зобов'язання.

Важливою умовою ефективного функціонування підприємства є визначення оптимальної потреби у фінансових ресурсах, формування структури, знаходження джерел надходження та обґрунтування основних напрямків їх використання. Основними джерелами формування фінансових ресурсів підприємств є внески засновників, амортизаційні відрахування, прибуток, цільові надходження, кредиторська заборгованість підприємства та кредити банків [1].

Формування фінансових ресурсів на підприємстві здійснюється під час створення статутного фонду, а також у ході розподілення грошових надходжень у результаті повернення авансованих коштів у основні та оборотні фонди, використання доходів на формування резервного фонду, фонду накопичення та фонду споживання. У зв'язку з цим поняття «розподіл» та «формування» варто розглядати як єдиний процес у суспільному виробництві. Створення грошових фондів обов'язково передбачує розподілення валових доходів.

Формування та використання фінансових ресурсів на підприємстві – це процес утворення грошових фондів з метою фінансового забезпечення операційної та інвестиційної діяльності, виконання фінансових зобов'язань перед державою та іншими господарюючими суб'єктами.

Контроль за використанням та формуванням фінансових ресурсів впливає з характерної властивості фінансів об'єктивно відображати вартісні й кількісні співвідношення виробництва та реалізації продукції, робіт та послуг [2].

Формування фінансових ресурсів здійснюється в наслідок використання різного роду джерел. Власні та залучені кошти є основними джерелами формування фінансових ресурсів підприємства. До власних відносяться: статутний фонд, амортизаційні відрахування, валовий дохід та прибуток.

Під час фінансово-комерційної діяльності суб'єкта господарювання його статутний капітал може зменшуватися і збільшуватися, в тому числі і за рахунок використання для капіталізації (збільшення обсягу активів підприємства) [3].

Існують певні особливості щодо формування фінансових ресурсів підприємства залежно від індивідуальних особливостей суб'єкта господарювання та його організаційно-правової форми, що представлено в таблиці 1.

Таблиця 1 – Особливості джерел формування статутного капіталу для підприємств різних форм власності

Організаційно-правова форма підприємства	Джерела формування та розмір статутного капіталу	Участь в розподілі прибутку	Відповідальність за зобов'язаннями підприємства та участь у розподілі майна при ліквідації товариства
Державне підприємство	Статутний капітал державного підприємства формується за рахунок коштів державного бюджету. Розмір статутного капіталу на законодавчому рівні не обмежений.	Розподіляється Фондом державного майна, згідно із статутом підприємства.	Відповідають всім своїм майном, при ліквідації майно повертається власнику. Якщо майно на 100 % є власністю держави, то при ліквідації повертається державі.
Приватне підприємство	Статутний капітал приватного підприємства формується за рахунок внесків приватних осіб. Обсяг початкових внесків не обмежено.	Порядок розподілу прибутку визначається власником приватного підприємства.	Відповідають всім своїм майном. При ліквідації приватного підприємства майно повертається власнику.
Закрите акціонерне товариство (ЗАТ)	Статутний капітал ЗАТ формується за рахунок продажу акцій лише серед засновників та працівників товариства. Статутний капітал ЗАТ не може бути менше, ніж сума, що еквівалентна 1250 мінімальним заробітним платам	Прибуток розподіляється залежно від виду акцій, якими володіє акціонер. Частина чистого прибутку, що залишається та розподіляється серед власників акцій у вигляді дивідендів.	Відповідають всім своїм майном у межах акцій, якими вони володіють. При ліквідації ЗАТ майно розподіляється серед засновників в порядку і на умовах, передбачених законодавством і статутом товариства.
Відкрите акціонерне товариство (ВАТ)	Статутний капітал ВАТ формується за рахунок продажу акцій, як серед засновників та працівників товариства, так і шляхом відкритої купівлі на фондовій біржі. Статутний капітал ВАТ може бути менше, ніж сума, що еквівалентна 1250 мінімальним заробітним платам	Прибуток розподіляється залежно від виду акцій, якими володіє і акціонер. Частина чистого прибутку, що залишається, розподіляється серед власників акцій у вигляді дивідендів.	Відповідають всім своїм майном у межах акцій, якими вони володіють. При ліквідації ЗАТ майно розподіляється серед засновників в порядку і на умовах, передбачених законодавством і статутом товариства.
Товариство з обмеженою відповідальністю (ТОВ)	Статутний капітал ТОВ формується за рахунок внесків і майна засновників. Статутний капітал ТОВ не може бути менше, ніж сума, що еквівалентна 100 мінімальним заробітним платам	Прибуток розподіляється пропорційно внескам засновників.	Всі засновники несуть відповідальність в межах своїх внесків. У разі ліквідації ТОВ майно розподіляється пропорційно внескам засновників.
Командитне товариство	Статутний капітал командитного товариства формується за рахунок внесків засновників. Початкові внески не обмежені.	Прибуток розподіляється пропорційно внескам засновників.	Всі засновники несуть відповідальність всім своїм майном, яке їм належить. У разі ліквідації командитного товариства майно розподіляється пропорційно внескам засновників.

Отже, при формуванні фінансових ресурсів підприємства слід враховувати ряд особливостей, що впливають на способи залучення, джерела формування і розмір фінансових ресурсів, необхідний для забезпечення операційної та інвестиційної діяльності підприємства, а також виконання фінансових зобов'язань перед державою, його учасниками та іншими суб'єктами господарської діяльності.

1. Александрова М. М., Маслова С. О. Гроші. Фінанси. Кредит : Навч. посібник для вузів. – 2-е вид., переробл. та доп. – К. : ЦУЛ, 2002. – 336 с.

2. Фінанси підприємств: Підручник / Керівник авт. кол. і наук. ред. проф. А. М. Поддєрьогін. 3-тє вид., перероб. та доп. - К.: КНЕУ, 2000. - 460 с., іл.
3. Лондар С. Л. Фінанси: навчальний посібник для студ. вищих навч. закладів / С. Л. Лондар, О. В. Тимошенко. – Вінниця : Нова Книга, 2009. – 384 с.

УДК: 658.7- 044. 337

ПИЛИПЕНКО І.М., магістрант

Науковий керівник – **ТКАЧЕНКО М.В.**, канд. с.-г. наук

Білоцерківський національний аграрний університет

НАПРЯМИ УДОСКОНАЛЕННЯ ПРОЦЕСУ МАТЕРІАЛЬНО-ТЕХНІЧНОГО ЗАБЕЗПЕЧЕННЯ НА ПІДПРИЄМСТВІ

Досліджено сучасний стан матеріально-технічної бази сільськогосподарських підприємств, також обґрунтовано шляхи удосконалення системи матеріального-технічного забезпечення аграрних підприємств шляхом планування потреби в матеріальних ресурсах, застосування логістичних концепцій в управлінні та вдосконалення прийняття управлінських рішень.

Ключові слова: сільське господарство, матеріально-технічне забезпечення, підприємство, організація, виробнича система, ефективність.

Підприємницька діяльність аграрних підприємств характеризується залежністю кожного господарюючого суб'єкта від великої кількості елементів, що впливають на його діяльність. Одним з таких елементів є матеріально-технічне забезпечення, ефективне управління яким, на сьогодні, є необхідною умовою раціональної організації виробничої системи, чинником визначення технічної та економічної життєздатності будь-якого підприємства [1]. А тому питання пошуку шляхів забезпечення сільськогосподарських підприємств матеріально-технічними ресурсами та ефективного їх використання є досить актуальним.

Матеріально-технічне забезпечення – це процес забезпечення підприємства необхідними видами матеріально-технічних ресурсів у встановлений термін і в обсягах, необхідних для нормальної роботи. Від організації своєчасного надходження матеріальних ресурсів у потрібній кількості, певної якості та асортименту значною мірою залежить рівномірний, ритмічний випуск готової продукції, її якість та ефективність роботи підприємства [2]. Правильно налагоджена система матеріально-технічного забезпечення є запорукою безперебійного забезпечення підприємства всіма видами матеріальних ресурсів, що дає змогу підвищити продуктивність праці, зменшити собівартість продукції та підвищити в цілому ефективність виробничої діяльності. Тому особливої уваги потребує пошук напрямів удосконалення процесу матеріально-технічного забезпечення підприємства.

Аналіз наявних в науковій літературі підходів до питань удосконалення системи матеріально-технічного забезпечення показав, що дана система розглядається науковцями як у розрізі класичного менеджменту, так і з позиції логістики. Проте практично відсутні наукові праці, у яких управління МТЗ вивчається як окрема відносно виробництва мікрологістична система [4]. У наукових працях неодноразово проводився аналіз процесу забезпечення аграрних підприємств матеріально-технічними ресурсами, вносились пропозиції щодо покращення та усунення його недоліків, пошуку джерел фінансування, розроблення новітніх методів автоматизації сільського господарства. Усе це націлено на одержання максимального прибутку. Але наше дослідження спрямовано передусім на визначення основних напрямів процесу матеріально - технічного забезпечення на підприємстві.

Виробництво якісної сільськогосподарської продукції потребує матеріально-технічного забезпечення, що відповідає рівню передових країн ЄС та світу. Однак, в Україні залишається невирішеною проблема фондооснащеності аграрного виробництва, обумовлена відсутністю основного

капіталу навіть для простого відтворення техніки, не говорячи вже про розширене. Причинами незадовільного відтворення технічних засобів є недостатня платоспроможність аграрних товаровиробників, через диспаритет цін на сільськогосподарську і промислову продукцію. Окрім цього, слід вказати і на недосконалу амортизаційну політику в більшості підприємств.

Підприємство, яке не оснащено новітньою технікою та не використовує передові технології, не спроможне пропонувати конкурентоспроможну продукцію. Тому, ми погоджуємось з думкою Гарник М.М., яка вважає, що раціональна організація матеріально-технічного забезпечення значною мірою впливає на підвищення ефективності використання всіх ресурсів, інтенсифікацію виробництва і на цій основі підвищення урожайності сільськогосподарських культур, продуктивності тварин, обсягів та якості продукції, зростання продуктивності праці, зменшення собівартості продукції, підвищення прибутку та рентабельності [3].

На наш погляд, основними напрямками удосконалення процесу матеріально - технічного забезпечення на підприємстві можуть бути: створення відділу логістики; організація належного набору, підбору й навчання персоналу для забезпечення високого рівня кваліфікації працівників у сфері закупок; впровадження стратегічного планування в закупівлях матеріально-технічних ресурсів; вибір постачальника на багатокритеріальній основі; створення кооперативів зі спільного використання техніки та комбінування виробництва; застосування інноваційних технологій; залучення інвестицій, сприяння розвитку інноваційної діяльності.

Варто зазначити, що впровадження системи логістики вимагає наявності в організаційній структурі підприємства спеціалізованого структурного підрозділу, який повинен координувати процес матеріально-технічного постачання виробництва та розробляти і впроваджувати заходи щодо зниження логістичних витрат.

Таким чином, важливе місце в ефективній діяльності підприємств аграрної сфери займає система матеріально-технічного забезпечення, оскільки постачальницька діяльність є запорукою чітко налагодженої роботи виробничих потужностей.

1. Богацька Н.М. Аналіз матеріально-технічного забезпечення підприємства / М. Н. Богацька // Економічні науки: економіка підприємства, 2010. – № 10. – С. 48.
2. Болдирева Л.М. Управління системою матеріально-технічного забезпечення підприємства / Л.М.Болдирева, І.О. Городницька // ЕкономікаКрыма – №3(44), – 2013 – С. 258-262
3. Гарник М.М. Теоретичні аспекти використання матеріальних ресурсів промислових підприємств / М. М. Гарник // Наука й економіка. – 2011. – № 1(21). – С. 121–123.].
4. Костюченко Л.В. Удосконалення механізму управління системою матеріально-технічного забезпечення підприємств залізничного транспорту України: автореф. дис. на здобуття наук. ступеня канд. екон. наук за спец. 08.00.04 – економіка та управління підприємствами (залізничний транспорт) / Л.В. Костюченко / – Дніпропетровськ, 2009 – 24 с.

УДК: 6587 -044.337

МОГНО А.В., магістрант

Науковий керівник – **ТКАЧЕНКО В.М.**, канд. с.-г. наук

Білоцерківський національний аграрний університет

ШЛЯХИ УДОСКОНАЛЕННЯ ВИРОБНИЧО – ПІДПРИЄМНИЦЬКОЇ ДІЯЛЬНОСТІ АГРАРНИХ ПІДПРИЄМСТВ

Досліджено ефективність виробничо – підприємницької діяльності та її місце в механізмі управління підприємством. На основі виявлених проблем, запропоновано шляхи удосконалення виробничо-господарської діяльності ТОВ «Кищенці» Маньківського району Черкаської області.

Ключові слова: ринкові умови, виробничо-підприємницька діяльність, ресурси, підприємство, система управління, структура управління, удосконалення, економічний механізм, канал реалізації, рентабельність, ефективність, дохід.

У сучасних ринкових умовах, в Україні, підприємницьку діяльність здійснює велика кількість підприємств різних організаційно – правових форм. Виробничо-підприємницька діяльність підприємства, на думку М.Г. Рега, – це складний і багатосторонній процес, що охоплює постачання, виробництво, збут продукції, організацію виробництва, технологію, використання техніки, трудових і матеріальних ресурсів [1]. На нашу думку, виробничо – підприємницька діяльність, виходячи з наявного ресурсного потенціалу, формує власне бачення використання наявних умов, ресурсів, можливостей, заходів для отримання максимального результату діяльності.

Загальним показником господарської діяльності підприємницької структури є отримання максимального прибутку. Саме це завдання спонукає підприємців аграрних підприємств до постійного пошуку резервів та шляхів підвищення ефективності господарювання.

Об'єктом дослідження було обране ТОВ «Кишенці» Маньківського району Черкаської області. Виробничо - підприємницька діяльність підприємства визначає спеціалізацію підприємства, його основний напрям діяльності. Тут слід зазначити, що більшість аграрних підприємств спеціалізуються лише на вирощуванні рослинницької продукції. Лише окремі підприємці вбачають у правильному поєднанні галузі рослинництва і тваринництва, успішний розвиток підприємства. Виробничий напрям спеціалізації досліджуваного підприємства – зерно-технічний з розвинутим молочним скотарством.

Дослідженнями встановлено, що повноцінне та ефективне використання ресурсного потенціалу є можливим за умови наявної економічної і соціальної доцільності співвідношення ресурсів, праці та матеріально-технічної бази (основних виробничих фондів), а також за умови впровадження у процеси виробництва продукції прогресивних, високопродуктивних та екологічно безпечних технологій і сприяння розширеному відтворенню та оновленню ресурсів [2].

Економічні показники результатів господарської діяльності ТОВ «Кишенці» є ключовою оціночною характеристикою використання наявного ресурсного потенціалу. Вважаємо, що першочерговим та одним із найважливіших результатів використання ресурсного потенціалу є досягнутий економічний результат виробництва продукції (табл. 1).

Таблиця 1 – Основні показники економічної ефективності виробничо–підприємницької діяльності ТОВ «Кишенці» Маньківського району Черкаської області*

Показник	2014 р.	2015 р.	2016 р.	2017 р.	2018 р.	2018 р. у % до 2014 р.
Вартість ВП у розрахунку на: 100 га с.–г. угідь, тис. грн.	1009,2	776,3	1081,7	1127,9	1082,0	107,2
І середньорічного працюючого, тис. грн.	510,2	366,7	476,7	443,2	412,6	80,9
100 грн. ОВФ с.–г. призначення, тис. грн.	106,3	67,0	95,2	70,9	46,2	43,5
ЧП у розрахунку на: 100 га с.–г. угідь, тис. грн.	64,4	13,4	131,3	112,1	247,0	383,5
І середньорічного працюючого, тис. грн.	32,6	6,3	57,8	44,0	94,2	289,0
100 грн. ОСФ с.–г. призначення, тис. грн.	6,9	1,1	11,6	7,0	10,5	152,2
Чистий прибуток (збиток), тис. грн.	8306	1726	19381	16603	37112	446,8
Рівень рентабельності, %	31,2	48,1	51,5	44,0	30,0	-1,2

* Джерело: розраховано автором за даними підприємства

Здійснений аналіз показників економічної діяльності ТОВ «Кишенці» демонструє, що за період 2014 – 2018 рр. обсяг валової продукції в розрахунку на 1 середньорічного працівника і 100 грн. основних виробничих фондів характеризується тенденцією зниження, де в порівнянні з базисним роком обсяг виробництва, в 2018 р., зменшився на 19,1% та 56,5% відповідно. Основними показниками, що характеризують ефективність управління підприємством є прибуток та рентабельність виробництва. Перший показник характеризує різницю між доходами та витратами підприємства, другий – ступінь окупності витрат. За даними таблиці сума чистого прибутку має чітко виражену тенденцію до збільшення, а щодо рівня рентабельності, то він знизився порівняно з 2015 – 2017 рр., і лише на 1,2 в.п. зріс по відношенню до 2014 р. Отже, аналіз виробничо-господарської діяльності дає можливість своєчасно усунути недоліки і виявити резерви в діяльності підприємства.

В процесі дослідження було встановлено, що ТОВ «Кишенці» має такі сильні сторони: сприятливі природо - кліматичні умови, наявність земельних територій, збільшення обсягів реалізації молока на 50%, цінову конкурентоспроможність. До негативних чинників можна віднести: слаборозвинену ринкову інфраструктуру, недостатній рівень державного регулювання та підтримки аграрного виробництва.

Найефективнішими шляхами підвищення ефективності виробничо – підприємницької діяльності в ТОВ «Кишенці» є: підвищення його технічного рівня, запровадження енергоощадних технологій, вдосконалення структури управління, побудова стратегії розвитку підприємства на основі аналізу її сильних та слабких сторін, запровадження системи прийняття управлінських рішень, а також використання системи стимулювання, зміни обсягу та структури виробництва, використання найефективніших методів підбору працівників, економне використання всіх видів ресурсів, забезпечення здорового соціально-психологічного клімату в колективі.

Для покращення ситуації, зокрема в рослинництві, пропонуємо проведення ряду заходів, а саме: підвищення урожайності сільськогосподарських культур і як результат, збільшення обсягів виробництва. Тому, нами пропонується у ТОВ «Кишенці» використовувати технологію No-till, яка має ряд переваг порівняно з традиційною, що ґрунтується на оранці: економія ресурсів — пального, добрив, трудозатрат, часу, зниження амортизаційних витрат; збереження та відновлення родючого шару ґрунту.

Таким чином, проблема удосконалення виробничо-підприємницької діяльності аграрних підприємств залишається недостатньо вивченою. Тому потребують подальшого дослідження сучасні методичні підходи до ефективного управління підприємницькою діяльністю господарюючих суб'єктів.

1. Рега М.Г. Сутність виробничо-господарської діяльності підприємств України / М.Г. Рега // Кримський економічний вісник : зб. наук. праць. – 2013. – № 1. – С. 23-25.
2. Ващенко А.А. Ефективність виробничо-господарської діяльності в механізмі управління промисловими підприємствами / А.А. Ващенко // Науковий вісник національного гірничого університету : наук.-техн. журнал. – Дніпропетровськ : Вид-во НГУ. – 2014. – № 1. – С. 80-86.

КРИВОШЕЯ Л.А., магістрант
Науковий керівник – **КЕПКО В.М.**, канд. екон. наук
Білоцерківський національний аграрний університет

ФОРМУВАННЯ ЛОГІСТИЧНОЇ СИСТЕМИ НА ПІДПРИЄМСТВІ

Розкрито сутність, зміст формування логістичної системи підприємства. Виявлені та охарактеризовані види забезпечення та запропоновані заходи щодо підвищення ефективності логістичної діяльності на прикладі ТОВ «Агрофірма «Копенкувате» Новоархангельського району Кіровоградської області.

Ключові слова: логістика, логістична система, закупівельна ланка, трансформаційна ланка, ефективність, управління.

У сучасних умовах розвитку економіки, виникає необхідність впровадження в практику управління підприємством різних підходів удосконалення економічного механізму, закріплення позицій підприємства на ринку. Вирішення цієї проблеми пов'язане із застосуванням логістики, метою якої є скорочення внутрігосподарських витрат на комплекс формування потоку матеріалів та інформації, які беруть участь у виробництві й реалізації продукції. Оскільки логістика – це сфера діяльності, об'єктом якої є підприємство, то саме його можна розглядати як логістичну систему, оскільки в широкому розумінні логістика охоплює всі процеси, забезпечуючи планування, організацію, регулювання, управління і контроль [1].

Узагальнюючи підходи до трактування суті логістичної системи можна стверджувати, що зазначена система є складною та містить у собі певну кількість ланок, які покликані забезпечити досягнення цілей підприємства. Будь-яке підприємство є відкритою динамічною системою та в його межах функціонує ряд ланок (закупівельна, виробнича, збутова). Проте наявність даних ланок не свідчать про існування логістичної системи. В процесі господарської діяльності ланки взаємодіють між собою утворюючи певну структуру, яка і називається логістичною системою. Залежно від того, який розмір підприємства та структура його зв'язків на мікро- та макро- рівнях виділяють різні рівні цієї системи, а саме мікро- та макрологістичні системи.

Об'єктом дослідження функціонування логістичної системи обрано ТОВ «Агрофірма «Копенкувате» Новоархангельського району Кіровоградської області.

В процесі дослідження було виявлено, що формування та функціонування логістичної системи необхідне для забезпечення підприємства вхідним матеріальним потоком високої якості за мінімальних витрат. При формуванні і функціонуванні логістичної системи за налагодження комунікаційних зв'язків з постачальниками та за якість надходження матеріального потоку у вигляді матеріально-технічних ресурсів, відповідає закупівельна ланка. Свідченням її ефективної роботи є: зростання виробництва на 1 га ріллі (с.-г. угідь), збільшення поголів'я тварин, внесених добрив, зокрема органічних, постійне оновлення основних засобів, зменшення трудомісткості виробництва. Таким чином, для виявлення завдань, які має вирішувати закупівельна ланка логістичної системи при її формуванні та функціонуванні слід проаналізувати сучасний стан ресурсного забезпечення сільськогосподарських підприємств (табл. 1).

Таблиця 1 – Економічна ефективність використання земельних ресурсів в ТОВ «Агрофірма «Копенкувате» Новоархангельського району Кіровоградської області

Показники	2016 р.	2017 р.	2018 р.	Відхилення 2018 р. від 2016 р., (+,-)
Середня урожайність, ц/га: зернових та зернобобових культур	48,3	55,0	38,3	-10,0
соняшника	23,6	24,6	19,1	-4,5
Виробництво на 100 га від- повідних угідь, ц: зерна	1881,5	2481,5	1606,7	-274,8
Одержано на 100 га сільсько- господарських угідь, тис. грн.:				
валової продукції	426,5	541,6	378,8	-47,7
валового прибутку	535,1	832,3	443,3	-91,8
чистого прибутку	538,4	728,0	228,2	-310,2

Джерело: розраховано за даними підприємства.

Аналіз рівня ресурсного забезпечення товариства показав, що він з кожним роком знижується. Це вимагає від закупівельної ланки розробки нових механізмів матеріально-технічного забезпечення підприємства.

Результати наших досліджень свідчать, що застосування логістичних систем аграрних підприємств позитивно впливає на ефективність підприємницької діяльності. Застосування логістики дає змогу визначити оптимальну технологію просування продукції рослинництва і тваринництва, визначити доцільність створення гуртових агропродовольчих ринків, залучити комерційні і логістичні процеси до збуту сільськогосподарської продукції як на внутрішньому, так і на зовнішньому ринках.

Таким чином, при формуванні логістичної системи, головним завданням закупівельної ланки виступає мінімізація кількості посередників у ланцюзі поставок та вибір оптимального з точки зору сільськогосподарського підприємства постачальника матеріально-технічних ресурсів для забезпечення ефективної роботи трансформаційної ланки.

З метою визначення основних параметрів та окреслення завдань, що має вирішувати трансформаційна ланка, слід оцінити: показники ефективності господарської діяльності підприємства; проаналізувати структуру витрат; визначити, які фактори впливають на ефективність діяльності. Виконання зазначених завдань дасть змогу окреслити коло проблем, які має вирішити трансформаційна ланка логістичної системи досліджуваного підприємства.

Важливим чинником ефективного функціонування логістичної системи виступає мінімізація кількості посередників у ланцюзі поставок та вибір оптимального з точки зору сільськогосподарського підприємства постачальника матеріально-технічних ресурсів. Удосконалення методичного підходу до вибору постачальника, який полягає у систематизації основних критеріїв, що впливають на такий вибір, дозволить практично усунути фактор суб'єктивізму при їх виборі, а це, у свою чергу, забезпечить виокремлення оптимального постачальника [2]. Застосування розробленого програмного забезпечення забезпечує полегшення використання даного методичного підходу. Таким чином, з огляду на вищевикладене, слідує, що підприємства, які здійснюють ефективну логістичну систему, забезпечують високу конкурентоздатність своєї продукції і послуг за рахунок оптимізації витрат, пов'язаних з виробництвом і реалізацією товарів, прискорення оборотності обігового капіталу, найбільш повного задоволення споживачів у якісній продукції.

1. Грицина Л. А. Формування логістичної системи підприємства при веденні міжнародного бізнесу / Л. А. Грицина // Вісник Хмельницького національного університету. Економічні науки. – 2013. – № 6. – Т. 1. – С. 145–147.
2. Кузьміна О. В. Теоретичний аналіз основних понять логістики. Вісник Донецького університету економіки та права. - 2012. - № 1.- С. 182–189.

УДК 658.821.

АЛЬМУЖНИЙ Є.В., магістрант

Науковий керівник – **ІВАНОВА Л.С.**, канд. екон. наук

Білоцерківський національний аграрний університет

МЕТОДИЧНІ ПІДХОДИ ДО ОЦІНКИ КОНКУРЕНТНИХ ПОЗИЦІЙ ПІДПРИЄМСТВА НА ЗОВНІШНІХ РИНКАХ

Стратегія надає можливість формувати відповідь на такі запитання: як підприємство може використовувати свої обмежені ресурси із максимальною користю, які ринки є найбільш відповідними для діяльності організації, на які конкурентні переваги варто наголошувати увагу з метою посилення конкурентних позицій підприємства на зовнішніх ринках. Важливим аспектом є використання даних переваг у формуванні ефективної та раціональної конкурентної стратегії підприємства.

Ключові слова: конкурентна перевага, конкурентоспроможність, ефективність, зовнішні ринки, потенціал товаровиробника.

Узагальнення наукової літератури з питань конкурентоспроможності підприємства на зовнішніх ринках дозволило встановити, що існує численна кількість методів оцінювання. Актуальність даного питання посилюється у зв'язку із тим, що підприємства функціонують в умовах агресивного конкурентного зовнішнього середовища, тому основою управління їх інноваційним розвитком є орієнтація на формування і збереження конкурентних переваг. Саме тому визначення рівня конкурентоспроможності підприємства має стати основою для планування його господарської діяльності та розробки довгострокових стратегій розвитку. Вважаємо, що подальші дослідження питання оцінки конкурентоспроможності доцільно проводитися з урахуванням її інтегрованості до системи стратегічного управління підприємством та галузевої специфіки конкурентних переваг підприємств.

Як переконує практика функціонування вітчизняних підприємств, успішне функціонування підприємства на ринку, особливо на зовнішньому, передбачає необхідність регулярного моніторингу його конкурентоспроможності, що дозволяє визначити сильні та слабкі фактори підприємства, виявити його потенційні можливості й наявні ринкові загрози та, відповідно до цього, максимально удосконалити стратегію.

Достовірні результати оцінки конкурентоспроможності підприємства забезпечуються дотриманням таких основних принципів, як комплексність, системність, об'єктивність, динамічність, безперервність, оптимальність тощо [1].

Залежно від ступеня охоплення окремих аспектів господарської діяльності підприємства методи оцінки його конкурентоспроможності поділяються на спеціальні (дозволяють оцінити конкурентоспроможність підприємства за низкою аспектів, серед яких виробничий, інноваційний, маркетинговий, фінансовий тощо).

Конкурентоспроможність визначають деякими перевагами, а саме – по-перше: товарною якістю, технічними характеристиками, попитом, по-друге: ціною, визначеною господарями товарів. Також на конкурентоспроможність мають вплив гарантійного та післягарантійного обслуговування, авторитет виробника, а також стан ринку, попитоколювання.

Серед чинників діяльності, що забезпечують стійку конкурентну перевагу на зовнішніх ринках варто зазначити:

- вплив (ефект) масштабу – його позитивний вплив в тому, що по мірі збільшення виробництва та реалізації товару починає діяти велика кількість чинників, які знижують рівень середніх витрат на виробництво, до таких чинників, насамперед, належать фаховість праці та зростання її ефективності, якість управлінського персоналу та ефективність його рішень, до того ж прибуткове використання капіталу;

- диверсифікація, яка дає можливість підприємству «триматись на ходу» при складних економічних умовах через великий асортимент продукції, що виробляється і послуг, що надаються. Більш широкий асортимент продукції дає змогу підприємству пропонувати більшу кількість продукції, на відміну від конкурентів;

- якість продукції та послуг – є допоміжним фактором для утримання споживачів продукції чи послуг, які виробляє / надає компанія / підприємство. Більшість компаній / підприємств надають якості великої уваги, вважають її високоефективним засобом аби «перегнати» конкурента. Тим самим їхній товар має більш якісні характеристики і при потраплянні на ринок мають більш високий попит серед споживачів, що тим самим, ставить їх на вищий щабель перед конкурентами;

- унікальність товару – підприємства при пропозиції свого товару обирають споживачів, які потребують унікального / особливого товару (продукції);

- високо ефективність продукції – дає можливість компанії виробляти продукцію з нижчими витратами, аніж у конкурентів, що у свою чергу, є відносним показником, який дає можливість порівняти отриманий результат з витратами, які необхідно зробити для одержання запланованого ефекту [2,3].

Конкурентна перевага, як і будь-яка інша перевага, має вагу тільки в порівнянні, тобто воно оцінюється відносним, порівняльним становищем підприємства по відношенню до своїх конкурентів, які займають високі позиції на ринку чи ринковому сегменті. Існує зовнішня та внутрішня конкурентна перевага. Зовнішня конкурентна перевага підприємства посилює його важливість в ринкових позиціях. Внутрішня конкурентна перевага базується на переважанні відносно витрат виробництва, які створюють цінність для виробника і дозволяють досягти меншого, ніж у конкурента, рівня собівартості. Ця перевага може створюватися в результаті впровадження заходів, спрямованих на домінування підприємства над конкурентами (мінімізації витрат) і побудованих на впровадженні організаційних і виробничих нововведень.

Конкурентні переваги або ключові фактори успіху – це перелік засобів, які характерні для тієї чи іншої галузі, що надають перевагу серед інших галузей, а також працюючим у цій галузі підприємствам над іншими, які задіяні у тій же сфері діяльності. Ці чинники не є постійними і змінюються залежно від особливості галузі, частин ринку, які обслуговуються, а також часу та етапу «життєвого циклу» галузі та підприємства [4].

Основні фактори успіху ґрунтуються на наступних чинниках, а саме: науково-технічному рівні виробництва, рівні маркетингу, рівні менеджменту, організаційно-технічному рівні виробничих процесів, фінансово-економічному рівні підприємства, рівні персоналу тощо [5].

Першорядні фактори успіху складають конкурентоспроможність предмета досліджень – продукції, виробництва, компанії / підприємства, сери діяльності / галузі, держави в цілому тощо.

В стратегічному менеджменті управління підприємством конкуренто-спроможність, зазвичай, розглядається у двох баченнях, по-перше: здатність до конкуренції, тобто рівень відповідності продукції / товару вимогам споживача або ринку за технічними, економічними екологічними характеристиками тощо; по-друге: здатність підприємства до конкуренції, тобто ступінь його кваліфікованості у порівнянні з іншими підприємствами-конкурентами щодо використання виробничого потенціалу певного спрямування та частин його чинників – менеджменту, технології, ресурсів, знань і умінь працівників, які, в результаті, мають високий показник якості, прибутковості та продуктивності.

На практиці конкурентність фірми визначається у порівнянні з позиціями потенційних конкурентів у розрізі показника конкурентної ваги.

Ключові фактори успіху та конкурентні критерії визначаються у процесі аналізу галузі та конкуренції в ній.

Порівняння між фірмою та її конкурентами дає можливість визначити пріоритети, перспективи та слабкі сторони фірм-конкурентів.

Проведення оцінки містить в собі 4 етапи:

- формування переліку основних факторів успіху у даній галузі (сфері діяльності) і найважливіших чинників переваг чи недоліків конкуренції;
- оцінюється фірма та її перспективні конкуренти згідно кожного показника;
- підсумовується оцінка перспективних або сильних сторін суперників і розраховуються, у підсумку, показники їхньої конкурентної ваги;
- формуються підсумки щодо масштабності та ступеня конкурентних переваг або недоліків, в яких зазначаються сильніші чи слабші сторони фірми.

Незважаючи на оцінку передбачає, що всі фактори успіху однаково важливі, але не однаково вагомі. Саме тому система зваженої оцінки конкурентної ваги фірми є більш досконалою.

Аби визначити чи здатна фірма до конкуренції, формується група незалежних експертів, які ставлять даній фірмі та її конкурентам оцінку за кожним ключовим чинником.

При визначенні конкурентної позиції підприємства на зовнішніх ринках використовується також незважена і зважена оцінка сили.

Визначення конкурентних позицій підприємства на зовнішніх ринках повинно сприяти покращенню потенціалу товаровиробника та підвищувати конкурентоспроможність своєї продукції на світовому ринку

Варто зазначити, що задля забезпечення сталої конкурентної позиції на зовнішньому ринку, підприємству першочергово потрібно мати конкурентну першість на національному ринку, що дозволить йому використовувати виробничі ресурси та потенційні можливості.

1. Барабась Д.О. Концепція ключових факторів успіху підприємств як методологічна основа дослідження їх конкурентоспроможності // Проблеми науки. – 2010. – № 11. – 198 с.
2. Балабанова Л. В., Холод В.В. Маркетингове управління конкурентоспроможністю підприємств: стратегічний підхід / Донецький держ. ун-т економіки і торгівлі ім. М.Туган-Барановського. – Донецьк : ДонДУЕТ, 2015. – 294 с.
3. Бельтюков Є.А. Конкурентна стратегія підприємства: сутність та формування на основі оцінки рівня конкурентоспроможності / Є.А. Бельтюков, Л.А. Некрасова // Економіка: реалії часу. – 2014. – № 2. – С. 6–13.
4. Іванов Ю.Б. Конкурентні переваги підприємства: оцінка, формування та розвиток: Монографія / Іванов Ю.Б., Орлов П.А., Іванова О.Ю. – Х., 2008. – 352 с.
5. Пермінова С.О., Романко Є.В. Управління міжнародною конкурентоспроможністю як фактор успіху сучасного підприємства // Молодий вчений – № 2 (29). – 2016. – С. 70-73.

УДК 657.37:658

ЛЮТЕНКО С.О., магістрант

Науковий керівник – **ВАРЧЕНКО О.М.**, д-р екон. наук

Білоцерківський національний аграрний університет

ОСОБЛИВОСТІ ФОРМУВАННЯ ФІНАНСОВОЇ ЗВІТНОСТІ МАЛИМИ ПІДПРИЄМСТВАМИ

Фінансова звітність виступає необхідним та важливим елементом інформаційного забезпечення фінансового планування, аналізу та прогнозування, є основним джерелом інформації при здійсненні управління господарською діяльністю суб'єкта малого підприємництва.

Ключові слова: суб'єкти малого підприємництва, фінансова звітність, Податковий кодекс України, нормативно-законодавча база.

Відомо, що суб'єкти господарювання в Україні, відповідно до ст. 55 Господарського кодексу України, залежно від кількості працівників та доходів від господарської діяльності протягом одного року можуть відноситися до суб'єктів малого підприємництва [1, с. 55]. У свою чергу суб'єкти малого підприємництва поділяються на суб'єктів мікропідприємництва, середнього та великого підприємництва.

Суб'єкти малого підприємництва мають суттєве значення у розвитку економіки країни, оскільки вони створюють необхідну атмосферу конкуренції, здатні швидко реагувати на будь-які зміни споживчого попиту, створюють додаткові робочі місця, є основним джерелом формування середнього класу.

Як відомо, фінансова звітність покликана задовольняти інформаційні потреби суб'єктів економічних відносин у процесі прийняття економічних рішень. Від того, наскільки реально фінансова звітність відбиває фінансовий стан підприємства на певний момент часу і результати його діяльності за певний період часу залежить правильність рішень, прийнятих її користувачами.

Фінансовий звіт суб'єкта малого підприємництва складають та подають лише юридичні особи. До суб'єктів мікропідприємництва – юридичних осіб належать підприємства будь-якої форми власності та організаційно-правової форми, де середня кількість робітників за календарний рік не більша 10 осіб та дохід за один рік від здійсненої діяльності не більший за суму, розраховану згідно середньорічного курсу Національного банку України, що відповідає в еквіваленті 2 млн євро.

Суб'єктами малого підприємництва – юридичними особами є підприємства всіх організаційно-правових форм та форм власності, де середня чисельність працюючих за календарний рік не більша за 50 осіб та дохід за один рік від здійснення діяльності не більший за суму, розраховану за середньорічним курсом Національного банку України, що відповідає в еквіваленті 10 млн євро.

Згідно зі ст. 4 Закону України «Про розвиток та державну підтримку малого і середнього підприємництва в Україні» від 22.03.2012 р. № 4618–VI [64], суб'єкти малого підприємництва в Україні можуть застосовувати спрощену форму обліку та звітності, а саме подавати Фінансовий звіт суб'єкта малого підприємництва, який затверджений П(С)БО 25 «Фінансовий звіт суб'єкта малого підприємництва» [2].

Спрощена форма бухгалтерського обліку та звітності може використовуватися як альтернатива поруч із загальноприйнятою формою бухгалтерського обліку малого підприємства. Спрощена форма фінансового звіту надає можливість малому підприємству вести менш детальний облік, ніж при звичайних умовах. Однак, фінансовий звіт малого підприємства, аналогічно фінансовій звітності загалом, представляє собою систему підсумкових даних, що окреслюють підсумки діяльності малого підприємства за певний період.

Згідно з Положенням (стандарт) бухгалтерського обліку 25 «Фінансовий звіт суб'єкта малого підприємництва» встановлюється форма: фінансового звіту суб'єкта малого підприємництва, що складається з Балансу (форма № 1-м) та Звіту про фінансові результати (форма № 2-м); спрощеного фінансового звіту суб'єкта малого підприємництва, що складається з Балансу (форма №1-мс) та Звіту про фінансові результати (форма №2-мс).

Зазначимо, що баланс (ф. №1-м) має деяку відмінність від Балансу (ф. №1) за рахунок скорочення певних рядків, що пояснюється прагненням забезпечити його пристосованість під особливості спрощеного плану рахунків. Тому він має менше рядків, показники в яких більш узагальнені, але коди рядків при цьому зберігаються.

У Звіті про фінрезультати за формою № 2-м, на відміну від форми. № 2, присутній тільки один розділ. Зміст звіту полягає в тому, що два розділи були об'єднані в один та в іншому підході до утворення даних доходів і витрат. Так, у звіті, насамперед, наводяться дані про фінансові надходження від проданої продукції, далі вже інформація про інші доходи, та розраховується загальна сума чистих доходів за певний звітний період.

Методика формування фінансового звіту малих підприємств залежить від того, який було обрано підприємством план рахунків. Малі підприємства можуть самостійно обирати систему рахунків для обліку власної бухгалтерії, маємо на увазі:

- планування рахунків бухгалтерського обліку активів, капіталу, зобов'язань і господарських операцій підприємств і організацій, який затверджений Наказом Мінфіну України від 30.11.1999 р. № 291 [3]: застосування одночасно рахунків класів 8 «Витрати за елементами» та 9 «Витрати діяльності»;

- застосування рахунків класу 9 «Витрати діяльності»;

- застосування рахунків класу 8 «Витрати за елементами»;

- планування рахунків бухгалтерського обліку активів, капіталу, зобов'язань і господарських операцій суб'єктів малого підприємництва, затверджений наказом Міністерством фінансів України від 19.04.2001 № 186.

Зазначимо, що у спрощеному фінансовому звіті суб'єкта малого підприємництва (ф. №1-мс та 2-мс) складають малі підприємства, що відповідають критеріям, визначеним п. 154.6 ст. 154 Податкового кодексу України, та можуть використовувати спрощений облік доходів і витрат діяльності [5]. До числа таких підприємств належать платники податку, у яких розмір доходів з початку року не перевищує трьох мільйонів гривень та нарахованої за кожний місяць звітного періоду заробітної плати (доходу) працівників підприємства не менший, ніж дві мінімальні зарплати, розмір якої визначено законодавством, та які відповідають одній із таких вимог: створені згідно з чинним законодавством після 1 квітня 2011 р.; працюючі, де впродовж трьох послідовних минулих років (або впродовж усіх минулих періодів, терміном три роки), обсяг щорічних доходів не повинен бути більший за три мільйони гривень, та у яких середньооблікова кількість штатних працівників впродовж цього періоду не була більша 20 осіб; які були платниками єдиного податку в період до набрання чинності Податкового кодексу України, та у яких обсяг доходу від реалізації продукції (товарів, робіт, послуг) за останній календарний рік складав менше одного мільйона гривень та середньооблікова кількість штатних працівників була меншою 50 осіб.

Малі підприємства, що можуть застосовувати спрощений облік доходів і витрат: можуть обчислювати необоротні активи тільки за первісною вартістю, не враховуючи зниження переоцінки до справедливої вартості та корисності; не формують забезпечення наступних витрат і платежів (на виплату майбутніх відпусток працівникам, виконання гарантійних зобов'язань), а визнають відповідні витрати у періоді їх фактичного формування; визначають витрати та доходи відповідно до вимог Податкового кодексу України та зараховують суми, що не визнаються Податковим кодексом України витратами або доходами, безпосередньо на фінансовий результат діяльності підприємства після оподаткування; поточну дебіторську заборгованість відображають в підсумку балансу за її фактичною сумою.

Малі підприємства, що мають право застосовувати спрощений бухгалтерський облік доходів і витрат та не зареєстровані платниками податку на додану вартість, можуть впорядковувати інформацію, що міститься у первинних документах, в регістрах бухгалтерського обліку без використання подвійного запису. Зазначимо, що Міжнародний стандарт фінансової звітності як для малих, так і середніх підприємств мають можливість використовувати підприємства, що повинні використовувати міжнародні стандарти фінансової звітності відповідно до нормативно-законодавчої бази, а також ті підприємства, що виявили таке бажання самостійно.

Вважаємо за доцільне для суб'єктів малого підприємництва, які відповідають вимогам, зазначеним у пункті 154.6 Податкового кодексу України, та можуть застосовувати спрощений бухгалтерський облік доходів і витрат, формувати та подавати Фінансовий звіт суб'єктів малого підприємництва (форми № 1-м, 2-м) [5].

Саме, опираючись на показники фінансової звітності є можливою оцінка майнового стану, результатів діяльності та економічного потенціалу суб'єкта господарювання, варто приймати ефективні управлінські рішення.

1. Господарський кодекс України, документ №436-ІУ від 16.01.2003 URL: <http://zakon3.rada.gov.ua/laws/show/436-15>

2. Про затвердження Положення (стандарту) бухгалтерського обліку 25 «Фінансовий звіт суб'єкта малого підприємництва»: наказ Мініфіну від 25.02.2000 № 39. Офіційний вісник України. – 2000. – № 11. с. 296.
3. Інструкція про застосування Плану рахунків бухгалтерського обліку активів, капіталу, зобов'язань і господарських операцій підприємств і організацій, затверджена Наказом Міністерства фінансів України від 30.11.99 № 291 (зі змінами та доповненнями) URL: <http://www.uapravo.net/data/akt450/page1.htm>.
4. Про затвердження спрощеного Плану рахунків бухгалтерського обліку: наказ Мініфіну України від 19.04.2001 № 186. Офіційний вісник України, 2001. № 19. с. 99.
5. Податковий кодекс України, документ від 02.12.2010. № 2755-IV. URL: <http://zakon2.rada.gov.ua/laws/show/2755-17>.

УДК 338

КУЛАКЕВИЧ Ю.В., магістрант

Науковий керівник – **ІВАНОВА Л.С.**, канд. екон. наук

Білоцерківський національний аграрний університет

ОСОБЛИВОСТІ РОЗВИТКУ СПІЛЬНИХ ПІДПРИЄМСТВ В УКРАЇНІ

В умовах кризи, коли постає потреба в удосконаленні критеріїв щодо перебудови в економіці та інституціональних структур, які обслуговують сферу економіки, з найперспективніших напрямів економічних змін в Україні є спільне підприємство, організація та розвиток діяльності спільних підприємств, що є можливістю застереження держави від самовідокремлення, засобом інтеграції до світових систем господарювання і міжнародного розподілу праці.

Ключові слова: корпоративне підприємство, диверсифікація, кризові явища, правова нестабільність, інвестиційний клімат.

У нинішніх умовах економічного розвитку існує необхідність створення і диверсифікації діяльності спільних підприємств в Україні, що зумовлено наступними чинниками: поглибленням загальносвітових процесів інтернаціоналізації, транснаціоналізації та глобалізації виробництва товарів і послуг, фінансово-кредитних відносин створення на цій основі глобальних і регіональних економіко-технологічних систем і структур; переходом до відкритої економічної системи, яка об'єктивно повинна залучати більше світогосподарських факторів і джерел для прогресивного розвитку; потребами розв'язання завдань щодо розвитку конкурентного середовища, подолання кризових явищ, структурної перебудови, поліпшення торговельних і платіжних відносин України із зарубіжними партнерами тощо [1].

Нині спірним питанням є визначення спільного підприємства як самостійної організаційно-правової форми підприємств. Загальні Положення щодо їх видів та форм встановлюються в ст. 63 Господарського кодексу України. Так, за формою власності, то підприємства поділяються на види, а залежно від способу створення (заснування) та формування статутного капіталу як організаційні форми, то розрізняють унітарні й корпоративні. Отже, спільні підприємства можуть бути створені виключно у формі корпоративного підприємства, оскільки його заснування має на меті існування не менше двох учасників (національного та іноземного) [2].

Спільне підприємство не визнається самостійною організаційно-правовою формою підприємства, а є лише одним із його видів, вирізняючись за ознакою наявності серед своїх засновників (учасників) іноземних суб'єктів. Віднесення підприємства до спільних говорить лише його учасників і не показує порядок його створення, формування й діяльності управлінських органів, розподілу, одержаного в результаті діяльності, прибутку [3].

Тому під час створення підприємств даного виду потрібно також визначити їхню організаційно-правову форму згідно з передбаченими чинним законодавством: акціонерне товариство, то-

вариство з обмеженою відповідальністю тощо. Це підтверджується й Положеннями ст. 16, 17 Закону «Про режим іноземного інвестування», відповідно до яких на території України підприємства з іноземними інвестиціями створюються й діють у формах, закріплених у вітчизняному законодавстві.

Крім того, згідно з Державним класифікатором «Класифікація організаційно-правових форм господарювання», затвердженим наказом Державного комітету України з питань технічного регулювання та споживчої політики від 28.05.2004 № 97, чинне законодавство не передбачає створення та державну реєстрацію нових підприємств з організаційно-правовою формою «спільне підприємство». Із набуттям чинності Господарським кодексом України з 1 січня 2004 р. втратив силу Закон України «Про підприємства в Україні», згідно з яким організаційно-правова форма господарювання «спільне підприємство» зазначалось як підприємство, засноване на основі об'єднання майна різних власників, і згідно з котрим здійснювалася державна реєстрація спільних підприємств. Сьогодні згідно зі ст. 63 Господарського кодексу України підприємства, які функціонують на основі приватної власності одного або кількох громадян, іноземців, осіб без громадянства та їх праці чи з застосування мнайманої праці, а також підприємства, які діють на основі приватної власності суб'єкта господарювання – юридичної особи, належать до організаційно-правової форми господарювання «приватне підприємство».

У зв'язку з цим визначення кількості спільних підприємств на поточний момент є ускладненим через відсутність відповідного реєстру.

Якщо аналізувати число спільних підприємств за видами діяльності, то найбільше їх було створено в таких галузях: торгівля, ремонт автомобілів, побутових виробів та предметів особистого вжитку, переробна промисловість, операції з нерухомим майном, оренда, інжиніринг та надання послуг підприємцям, будівництво. Попри загальну тенденцію до скорочення кількості спільних підприємств, високі темпи зростання спостерігаються в прикордонних регіонах України, зокрема у Львівській області. Нерівномірність СП у розташуванні по території України зумовлена такими чинниками: рівень економічного розвитку території; частка валового внутрішнього продукту регіону в його сукупному обсязі; фінансові результати й рентабельність підприємств; наявність трудових ресурсів; рівень освіченості населення; наявність програм, розроблених місцевими органами влади щодо стимулювання іноземного інвестування; економікоправові відносини регіону з іноземними державами; рівень оплати праці [4].

Основними причинами, які гальмують розвиток спільного підприємництва за участю іноземних інвесторів та знижують ефективність його функціонування, є: правова нестабільність, економічна криза в країні; відсутність чіткої політики сприяння пріоритетним напрямкам розвитку спільних підприємств з боку держави, недостатнє вдосконалення правових й економічних важелів регулювання їх діяльності. Їхньому розвитку перешкоджає також відсутність виваженості й узгодженості у сфері податкової, амортизаційної та інвестиційної політики. Для усунення цих причин необхідно створити сприятливий інвестиційний клімат шляхом запровадження податкових, фінансових та нефінансових стимулів.

Нами систематизовано тенденції щодо розвитку СП в Україні, а саме:

- порівняно висока динаміка процесів утворення, збільшення масштабів, видів і сфер підприємницької діяльності; пріоритетність партнерів по спільному підприємництву, які належать до промислово розвинених країн, що обумовлено могутністю, стратегічною організацією і мобільністю капіталу таких країн;
- утворення СП переважно на двосторонній основі та з метою здійснення промислової діяльності;
- орієнтація СП на виробництво продукції, якими світовий ринок перенасичений та сферу різноманітних послуг;
- недостатність іноземних партнерів для великих за обсягом інвестицій (особливо обробна промисловість), обумовлена відсутністю гарантій правового захисту, стратегією виходу на практично малознайомий і тривалий час закритий український ринок;

– активна участь у формуванні СП малих зарубіжних фірм і компаній, зорієнтованих на швидку віддачу невеликих інвестицій або комерційну вигоду від разових операцій, нерідко суто посередницьких чи відверто спекулятивних;

– місцезнаходження СП в основному у науково-технічних і виробничо-промислових центрах і регіонах України, зокрема у Києві, Київській, Львівській, Донецькій та Одеській областях, для формування більш-менш потужних центрів підприємницької діяльності.

Отже, спільне підприємництво це діяльність, основою якої є співробітництво з іноземними суб'єктами бізнесової діяльності та спільний розподіл прибутків і ризиків від її здійснення, передбачає наявність спільної власності, управління якою здійснюється партнерами по спільному підприємстві. Спільне підприємництво передбачає, що кожен партнер здійснює свій внесок у створення підприємства, тому, відповідно, має право на отримання частини прибутку, пропорційної внеску, та на управління підприємством. Очевидно, що за рахунок створення спільних підприємств Україна матиме можливість подолати технологічне відставання, отримати передові нові технології та ноу-хау.

1. Торгова Л.В., Хитра О.В. Спільні підприємства в Україні: Організаційно-економічний механізм і ефективність функціонування. К.: Фада, ЛТД, 2015, 218 с.
2. Фукс А.Е., Малько К.С. Форми залучення іноземного капіталу в національну економіку [Текст] / А.Е. Фокус, К.С. Малько // "Фінанси України". – 2016, №9, С. 98-109.
3. Спільні підприємства у контексті чинного законодавства [Електронний ресурс]: – Режим доступу: http://spvy.blogspot.com/p/blog-page_13.html
4. Вишняков, В.М. Підприємства з іноземними інвестиціями як фактор розширення інтеграційних процесів в Україні / В.М. Вишняков // Держава та регіони. 2014, N4, С.26-31.

УДК 658.15:658.

ПАРАЄВ І.М., магістрант

Науковий керівник – **ВАРЧЕНКО О.М.**, д-р екон. наук

Білоцерківський національний аграрний університет

ІНФОРМАЦІЙНЕ ЗАБЕЗПЕЧЕННЯ АНАЛІЗУ ФІНАНСОВОЇ БЕЗПЕКИ ПІДПРИЄМСТВА

Для підприємств важливим є розроблення теоретичних положень та прикладних рекомендацій щодо формування ефективної системи фінансової безпеки з урахуванням специфіки вітчизняного ведення бізнесу.

Ключові слова: інформаційно-аналітичне забезпечення, фінансова безпека, внутрішні і зовнішні джерела, звітна інформація.

Відповідно до Закону України «Про інформацію», під поняттям «інформація» розуміються будь-які відомості та / або дані, які можуть бути збережені на матеріальних носіях або відображені в електронному вигляді [1]. Враховуючи тлумачення терміну «інформація» Цивільним кодексом України, під цим терміном розуміються документовані або публічно оголошені відомості про події та явища, що мали або мають місце у суспільстві, державі та навколишньому середовищі [2]. Серед науковців термін «інформація» визначається як: «один із найважливіших ресурсів разом з матеріальними, енергетичними та людськими ресурсами [3]; «певні відомості, сукупність яких-небудь даних, знань [4].

З погляду фінансової безпеки підприємства ми поділяємо думку науковців, які вважають «інформація – це дані, відомості, документи, які мають бути захищеними через їх важливість для суб'єкта господарювання та можливі наслідки від незаконного втручання, розкриття або розголошення [5]. Отже, сукупність різноманітної інформації, призначеної для ухвалення рішень у процесі

фінансово-економічної діяльності підприємства, правомірно вважати інформаційним забезпеченням підприємства.

Узагальнення наукової літератури щодо дефініції термінів «дані», «інформація», «інформаційні ресурси» дозволило встановити, що це не завжди синоніми. Так, Ф. Ф. Бутинець [6], В. М. Мельник [7], М. С. Пушкар, Р. М. Пушкар [8], стверджують, що дані отримують в результаті фіксації змін у процесах і явищах, а інформація накопичується шляхом відповідної обробки даних.

Отже, сукупність розрізнених даних, зафіксованих у документах, внаслідок їх відповідної обробки трансформують для задоволення потреб користувачів у різні види інформації (економічну (планову, нормативну, облікову, звітну), технічну, технологічну, юридичну, екологічну тощо, які в сукупності, в свою чергу, формують інформаційні ресурси підприємства. На рівні окремого підприємства весь масив інформації також можна структурувати за певними ознаками. Так за ступенем її деталізації та обробки нами запропоновано розрізнити такі види інформації, що генерується у процесі діяльності господарюючого суб'єкта: первинна інформація – дані, що містяться у первинних документах, якими оформляються кожна господарська інформація, що відбувається на підприємстві; вторинна інформація – систематизовані та певним чином оброблені дані, згруповані у відповідних синтетичних реєстрах (узагальнюючі відомості, реєстри бухгалтерського обліку); звітна інформація – інформація, представлена в звітності підприємства, що, в першу чергу, є результатом облікового процесу, узагальнення якого триває на завершальній стадії при формуванні цифрової та вербальної частин.

Зокрема, звітну інформацію, своєю чергою, можна розподілити на: обліково-звітну; додаткова обліково-звітна інформація; супутня інформація. В цілому інформаційний супровід забезпечується статистичною, економічною, комерційною, фінансовою інформацією тощо.

Джерела інформації діляться на внутрішні та зовнішні. До внутрішніх відносять дані фінансового обліку підприємства, отримані з балансу (звіту про фінансовий стан) (форма 1), звіт про фінансові результати (звіт про сукупний дохід) (форма 2), звіт про перебіг грошових надходжень (форма 3), звіт про власний капітал (форма 4), додаток до фінансової звітності (форма 5), показники управлінського обліку – показники фінансової та комерційної діяльності підприємства (ця інформація є секретною, тобто комерційною таємницею), звіт, план та прогноз, отримані в ході стратегічного, тактичного і оперативного планування, аналізу, контролю і бюджетування [9].

Зовнішні джерела інформації містять в собі дані про рівень макроекономічного розвитку країни та галузі, до якої відноситься підприємство, кон'юнктура фінансового ринку, дії конкурентних підприємств (постачальників, покупців, банків, страховиків), галузеві дані діяльності підприємств-аналогів тощо.

У контексті забезпечення системи фінансової безпеки підприємства відповідно до позиції О. Сусіденка інформаційно-аналітична підсистема має містити наступні дані: якісні і кількісні значення індикаторів фінансової безпеки, наявність або потенційність ризиків і загроз, формалізовані фінансові інтереси і стан їхньої реалізації, стратегічний план (стратегія) забезпечення фінансової безпеки підприємства, якісні і кількісні параметри використання фінансових ресурсів, обсяг останніх, а також джерела їх надходження, фінансовий план, (бюджет) [10].

Узагальнюючи наукові праці вітчизняних вчених, нами систематизовано завдання інформаційно-аналітичного забезпечення фінансової безпеки підприємства: визначення мети і основних завдань, поставлених перед підприємством; вибір із бази показників фінансової діяльності підприємств-індикаторів, які характеризуватимуть кількісний стан фінансової безпеки; розрахунок порогових значень індикаторів фінансової безпеки підприємства; оцінка правдивості, об'єктивності наданої інформації з фінансової діяльності за всіма зазначеними показниками і чинниками-процесами як внутрішніми, так і зовнішніми, що впливають на її стан, а також попередня перевірка отриманих даних; аналітична обробка індикаторів фінансової безпеки підприємства та вивчення рівня впливу чинників на стан фінансової безпеки, вибір з них, найбільш впливових для наступного врахування при виробленні відповідних управлінських рішень щодо забезпечення фінансової безпеки підприємств.

На основі проведених досліджень нами зроблено висновок, що під інформаційним забезпеченням фінансової безпеки підприємства слід розуміти сукупність систематизованої та певним чи-

ном опрацьованої інформації, необхідної для прийняття обґрунтованих та оперативних рішень стратегічного, тактичного та операційного характеру для досягнення та утримання параметрів фінансового стану безпечному рівні. У системі інформаційного забезпечення підприємства важливими елементами є методи, засоби і способи, спрямовані на збирання, аналіз, захист інформації, а також прогнозування, постійну консультативну підтримку та вироблення рекомендацій щодо прийняття ефективних управлінських рішень. Водночас ми переконані, що слід розрізняти поняття «інформаційне забезпечення» та «інформаційно-аналітичне забезпечення». Під останнім, на нашу думку, необхідно розуміти сукупність інформації, що відповідає конкретним потребам користувачів та отриманої в результаті глибокої аналітичної обробки відповідно до заданих параметрів. Ще однією суттєвою різницею між даними поняттями є служби, які їх генерують. Так, інформаційне забезпечення формується завдяки поданню відповідної інформації всіма структурними одиницями підприємства (юридична служба, бухгалтерія, аналітична служба, кадрова служба тощо), а також відділеннями та філіями при наявності, а інформаційно-аналітичне забезпечення формується завдяки поданню відомостей аналітичною службою та бухгалтерією.

1. Про інформацію: Закон України від 2.10.1992 р. №2657-ХІІ [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://zakon.rada.gov.ua/laws/show/2657-12>
2. Цивільний кодекс України від 16.01.2003 р. № 435-IV. [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://zakon4.rada.gov.ua/laws/show/435-15>.
3. Цюрюпа С.В. Класифікація інформації та способи її відображення для використання в діяльності підприємства / С.В. Цюрюпа // Вчені записки Університету «КРОК». – К., 2013. – Вип.33. – С.231-235.
4. Кортич Б.А. Інформаційна безпека: організаційно-правові основи: Навч. посібник. – К. : Кондор, 2004. – 384 с.
5. Завора Т. М. Методичні засади формування інформаційно-аналітичного забезпечення фінансово-економічної безпеки підприємства / Т.М. Завора, О. В. Пустяк // Наука й економіка. – 2015. – Вип. 1. – С. 139-146.
6. Бутинець Ф. Ф. Теорія бухгалтерського обліку / Ф. Ф. Бутинець: Підручник [для студентів вищих навчальних закладів]. – Житомир: ПП «Рута», 2003. – 444 с.
7. Мельник В. М. Основи економічного аналізу: короткий теоретико-методологічний курс: [навч. посіб.] / В. М. Мельник. – К., «Кондор». – 2003. – 128 с.
8. Фатхутдинов Р.А. Разработка управленческого решения / Р.А.Фатхутдинов. – М. : ЗАО «Бизнес-школа «Интел-Синтез», 1998. – 272 с.
9. Коваленко Л.О. Фінансовий менеджмент: навч. посібник / Л.О. Коваленко, Л.М. Ремньова. – К. : Знання, 2008. – 483 с.
10. Сусіденко О.В. Фінансова безпека підприємства: теорія, методи, практика: монографія / О.В.Сусіденко. – К. : Тов «Центр учбової л-ри», 2015.

УДК 336.142.5

ВІТРУК М.Я., магістрантка

Науковий керівник – **КРИСАНОВ М.Ф.**, д-р екон. наук

Білоцерківський національний аграрний університет

КОШТОРИС ЯК ОСНОВНИЙ ФІНАНСОВИЙ ДОКУМЕНТ БЮДЖЕТНОЇ УСТАНОВИ

Розглянута сутність основного фінансового документу бюджетної установи. Проаналізовано розподіл державних коштів бюджету, план асигнувань загального фонду кошторису, план спецфонду.

Ключові слова: загальний фонд, спеціальний фонд, витрати, надходження, бюджетування.

Державна політика у державному секторі, особливо обсяг фінансових ресурсів, має значний вплив на ефективність діяльності установ та організацій у державному секторі. Бюджетне забезпечення відповідно до Бюджетного кодексу України гарантоване державою в межах бюджетних коштів. Фактично, державне фінансування - це розподіл державних коштів з місцевого або державного бюджету в розпорядження керівників установ чи організацій на видатки, передбачені бюджетом.

Бюджетування - технологія управління бюджетом, яка спрямована на найбільш ефективне використання обмежених бюджетних ресурсів для фінансування в умовах вибору альтернатив фінансування [1].

Визначення вартості ресурсів є необхідним для належного функціонування та ефективної діяльності бюджетних установ, оскільки бюджетні ресурси є досить обмеженими. Водночас, доцільно оцінити можливі джерела покриття витрат бюджетних установ. Для визначення показників доходів та витрат проводяться аналітичні розрахунки, які узагальнені у плановому документі. Цей документ представляє собою дозвіл, яким бюджетній установі надається право отримувати та розпоряджатися коштами, які будуть виділені їй із бюджету або будуть отримані нею внаслідок надання певних послуг.

Для проведення своєї діяльності та виконання поставлених перед ним завдань та функцій кожен суб'єкт державного сектору готує свій фінансовий план, який складається кожного року до початку бюджетного періоду [2].

Основний фінансовий документ, згідно якого здійснюється діяльність бюджетної установи є кошторис. Складання, розрахунок і затвердження кошторису проводиться згідно з Постановою Кабінету Міністрів України «Про затвердження Порядку складання, розгляду, затвердження та основних вимог до виконання кошторисів бюджетних установ» від 28.02.2002 р. № 228 [3].

Кошторис бюджетної установи – головний плановий фінансовий документ, відповідно до якого бюджетна установа отримує доходи та здійснює видатки бюджетних коштів на затверджений період (календарний рік). Саме через кошторис доходів та видатків пов'язується обліково-аналітична система. Бюджетні установи мають право здійснювати видатки лише у відповідності до затверджених у кошторисі сум за відповідними напрямками використання, на основі чого реалізується принцип цільового використання бюджетних коштів.

Кошторис складається із таких частин як:

– загальний фонд, що містить у собі обсяг надходжень із загального фонду бюджету та розподіл видатків за повною економічною класифікацією видатків бюджету на виконання бюджетною установою основних функцій або розподіл надання кредитів з бюджету за класифікацією кредитування бюджету;

– спеціальний фонд, що містить у собі обсяг надходжень із спеціального фонду бюджету на конкретну мету та їх розподіл за повною економічною класифікацією видатків бюджету на здійснення відповідних видатків згідно із законодавством, а також на реалізацію пріоритетних заходів, пов'язаних з виконанням установою основних функцій, або розподіл надання кредитів з бюджету згідно із законодавством за класифікацією кредитування бюджету.

Формування дохідної частини загального фонду здійснюється на основі планових бюджетних асигнувань, виділених на утримання установи. Планування витрат загального фонду здійснюється на основі даних виробничих показників, матеріально-технічної бази, обсягів обслуговування населення. Для обґрунтування витрат на заробітну плату використовується штатний розпис, який є додатком до кошторису.

Надходження до спеціального фонду бюджетної установи формуються з власних коштів бюджетної установи та доходів від інших надходжень спеціального фонду. Отже, специфіка діяльності бюджетних установ Кошторис бюджетних організацій є основним фінансовим документом, який дозволяє суб'єктам господарювання отримувати доходи та здійснювати витрати, визначати напрямок використання коштів державного сектору його функцій та цілей відповідно до бюджетних асигнувань.

Витрати здійснюються керівниками бюджетних установ, які мають право отримувати доходи, бюджетні зобов'язання та витрати бюджету такі керівники називаються розпорядниками бюджетних коштів. (стаття 2 Бюджетного кодексу України).

План асигнувань загального фонду бюджету – це щомісячний розподіл бюджетних асигнувань (без урахування бюджетних позик), затверджених у загальному фонді бюджету, скорочена форма економічної класифікації витрат, яка регулює бюджетні зобов'язання на бюджетний період для здійснення платежів за цими зобов'язаннями.

План надання кредитів із загального фонду бюджету – щомісячне виділення кредитів з бюджету, затверджених у загальному фонді кошторису, за класифікацією кредитування бюджету, який регламентує протягом бюджетного періоду взяття бюджетних зобов'язань та здійснення платежів відповідно до зазначених зобов'язань.

Планування спеціального фонду державного бюджету – щомісячний розподіл бюджетних асигнувань (без урахування особистих надходжень бюджетних установ та здійснених видатків), затверджених у спецфонді кошторису, скорочена форма економічної класифікації видатків бюджету або класифікації кредитного бюджету, який регулюється протягом бюджетного періоду, шляхом прийняття бюджетних зобов'язань та платежів, (медицина, культура, освіта тощо) та потреба населення збільшити кількість та якість своїх послуг призвели до появи таких заходів у бюджетних установах, як надання платних послуг, ведення господарської діяльності у межах законодавства та одночасно вони отримують доходи (крім бюджетного фінансування).

Для обґрунтування показників видатків бюджету, що включаються до проекту кошторису, бюджетній установі потрібно подати розрахунки, які є невід'ємною частиною кошторису. Головною умовою є погодження форми розрахунків з головним розпорядником бюджетних коштів [4].

Незалежно від того, як веде облік бюджетна установа (самостійно чи централізовано бухгалтерією), для забезпечення виконання покладених на неї функцій вона формує власний кошторис, план асигнувань загального фонду бюджету, план надання кредитів із загального фонду бюджету, план спеціального фонду за кожною бюджетною програмою, що нею виконується.

Зведені плани асигнувань загального фонду бюджету, зведені кошториси, зведені плани спеціального фонду і зведені плани надання кредитів з загального фонду бюджету – це зведення показників індивідуальних кошторисів, планів спеціального фонду розпорядників бюджетних коштів нижчого рівня, планів надання кредитів з загального фонду бюджету, планів асигнувань загального фонду бюджету, що складаються головним розпорядником для подання Мінфіну і місцевим фінансовим органам. Зведені кошториси затвердженню не підлягають. Тільки у разі наявності затверджених кошторисів і планів асигнувань бюджетні кошти виділяються бюджетним установам.

Установи мають право брати бюджетні зобов'язання на витрачання бюджетних коштів тільки цільового направлення та у рамках, встановлених затвердженим кошторисом, планом надавання кредитів із загального фонду бюджету, а також планом спецфонду, планом асигнувань загального фонду бюджету. Витрати одиниць витрат відповідають бюджетним асигнуванням та іншим показникам, які передбачені в обмеженій кількості інформації.

Додаткові витрати (придбання обладнання, капітальний ремонт тощо) можуть здійснюватися тільки при умові використання коштів на невідкладні витрати та за відсутності заборгованості [5]. Кошторис, план асигнувань та штатний розклад схвалюються керівниками відповідних установ вищого рівня, за винятком кошторисів, зазначених у пункті 33 Постанови № 228.

Кошторис є основним фінансовим документом, що складається бюджетними установами, який містить суми асигнувань та порядок фінансування. Бюджетний кошторис має такі дві складові – загальний фонд та спеціальний фонд. Разом з кошторисом складається план асигнувань загального фонду кошторису, план спецфонду за кожною бюджетною програмою, що виконується, штатний розпис установи. Установам виділяються асигнування лише за існування схвалених кошторисів, плану асигнувань загального фонду, плану надання кредитів із загального фонду, планів спеціального фонду. Причиною для складання проекту кошторису є відомості про граничні обсяги видатків та надання кредитів з бюджету загального фонду бюджету проекту відповідного бюджету на наступний бюджетний рік.

1. Лучко М.Р., Зорій Н.М., Хорунжак Н.М. Контроль у державному секторі економіки: навч. посіб. Тернопіль: ТНЕУ, 2015, 287 с.
2. Проблеми складання кошторису бюджетних установ. URL: <http://www.ukr.vipreshebnik.ru/budget/4534-problemi-kladannyakoshtorisubyudzhethnikh>.
3. Порядок складання, розгляду, затвердження та основні вимоги до виконання кошторисів бюджетних установ (затверджений наказом Міністерства фінансів від 28.02.2002 № 228). URL: <http://zakon1.rada.gov.ua/laws/show/228-2002>.
4. Дудчик В.В., Фірстенко В.В. Перевірка правильності складання кошторису бюджетної установи: методика і завдання. Фінансовий контроль. 2007. № 1. С. 58–63.
5. Бюджетний кодекс України від 08.07.2010 № 2456-VI, зі змінами та доповненнями URL: www.zakon.rada.gov.ua.

УДК658.152/.153-048.34

ВОРОНА Л.С., магістрантка

Науковий керівник – **ВАРЧЕНКО О.М.**, д-р екон. наук

Білоцерківський національний аграрний університет

МЕТОДИЧНІ ПІДХОДИ ДО ОПТИМІЗАЦІЇ СТРУКТУРИ КАПІТАЛУ ПІДПРИЄМСТВА

Проаналізовано структуру капіталу підприємства. Співвідношення між власним і позиковим капіталом, за якого забезпечується найдієвіша пропорційність між дохідністю та фінансовою стійкістю підприємства.

Ключові слова: вартість власного капіталу, фінансові коефіцієнти, фінансовий леверидж, фінансова рентабельність.

Узагальнення наукової літератури дозволило встановити, щонайменше не існує узагальненого методу оптимізації структури капіталу, при застосовуванні якого підприємство б визначило прийнятне співвідношення між власним і позиковим капіталом. Водночас, як переконує практика, серед першочергових завдань формування вигідних умов для безупинності відтворювального процесу та розвитку суб'єктів господарювання є підбір варіантів прийнятного їх забезпечення різними засобами, тобто оптимального формування структури їх капіталу. Однозначного визначення оптимальної структури капіталу немає, оскільки різні автори трактують це поняття по-різному та за різними критеріями.

Згідно досліджень заслуженого діяча науки і техніки України, доктора економічних наук, професора кафедри економіки та фінансів підприємства Київського національного торговельно-економічного університету І.О. Бланка, оптимальну структуру капіталу характеризує взаємовідношення використання власних і позикових коштів, яке забезпечує дійову пропорційність між коефіцієнтом фінансової рентабельності та коефіцієнтом стійкості підприємства, тобто максимізується його ринкова вартість [1, с.34].

На думку В.О. Подольської та О.В. Яріш оптимізація структури капіталу передбачає визначення такого співвідношення між власним і позиковим капіталом, за якого забезпечується найдієвіша пропорційність між дохідністю та фінансовою стійкістю підприємства [2, с.353].

Більшість вітчизняних економістів стверджують, що неможливо визначити єдину ефективну структуру капіталу для підприємства, оскільки зміна умов зовнішнього та внутрішнього середовища може внести значні корективи у абсолютні та відносні значення власного та позикового капіталу. Однак, при повному урахуванні факторів впливу, ризиків та практичного досвіду можна визна-

чити найраціональніше співвідношення показників капіталу, що максимально приблизить структуру капіталу до його оптимального значення [3].

Отже, оптимізація структури капіталу є першочерговим етапом його стратегічного аналізу, що характеризується співвідношенням між вартістю власного капіталу організації та вартістю коштів, залучених на основі їх повернення, у майбутньому, при якому досягається максимальна ефективність її діяльності, а також залучення потрібних обсягів власного і позикового капіталу для досягнення цільової структури.

Методики усунення недоліків у структурі капіталу підприємства, залежно від підходу до оптимізації, можна поділити на три групи – нормативно-коефіцієнтні, однокритеріальні, багатокритеріальні [4].

До нормативно-коефіцієнтних варто віднести методи, які базуються на використанні фінансових коефіцієнтів. Нині в економічній літературі і фінансовій практиці дуже часто проблема оптимізації структури капіталу вирішується способом пошуку такого співвідношення власного і позикового капіталу підприємства, при якому досягаються нормативні або еталонні величини фінансових коефіцієнтів.

Еталонні пропорції розраховують, як правило, на базі тривалих статистичних спостережень як по відношенню до величини капіталу, так і іншим базовим показникам фінансової діяльності [5].

Зазначимо, що під час формування капіталу зазвичай використовують наступні фінансові показники:

- коефіцієнт фінансової незалежності, середньогалузеве співвідношення позикового і власного капіталу,
- коефіцієнт боргового навантаження,
- коефіцієнт погашення відсотків.

Водночас, пошук області оптимальних значень структури капіталу певного підприємства пов'язаний з двома різними підходами: якісним і кількісним аналізом оптимальної структури капіталу. Якісний аналіз структури капіталу конкретного підприємства припускає виділення зовнішніх і внутрішніх чинників, які обов'язково необхідно врахувати при розробленні та реалізації політики фінансування. Цей вид аналізу необхідно доповнити кількісними оцінками – фінансовими моделями, що дають змогу встановити оптимальне співвідношення позикового і власного капіталів для підприємства [6].

Узагальнення економічної літератури дозволило встановити, що науковці, більшість із них, вирізняють три методи оптимізації структури капіталу:

1) за критерієм підвищення рівня прогнозованої фінансової рентабельності – цей метод ґрунтується на багатоваріантних розрахунках рівня фінансової рентабельності (рентабельності власного капіталу) при різній структурі капіталу та передбачає використання механізму фінансового леввериджу (остання виражається через такий показник, як ефект фінансового важеля) [7];

2) критерієм зменшення її вартості – цей метод базується на попередній оцінці власного і позикового капіталів різних умов а і їх становлення, обслуговування та проведення декілька варіантів розрахунків середньозваженої вартості капіталу і, тим самим, пошуку найреальнішої ринкової вартості підприємства;

3) за критерієм зменшення кількості фінансових ризиків – цей метод споріднений з процесом диференційованого вибору об'єктів фінансування різних активів підприємства, що його складають: необоротні та оборотні – з розмежуванням їх на постійну і змінну частини [8].

Метод оптимізації структури капіталу за критерієм максимізації рівня прогнозованої фінансової рентабельності передбачає урахування ефекту фінансового леввериджу.

Як зазначав відомий американський економіст Джеймс К. Ван Хорн – фінансовий левверидж – це використання залучених коштів із фіксованим відсотком для збільшення прибутку власників звичайних акцій [9].

До того ж важливість фінансового важеля в тому, аби посилити вплив зміни прибутку на динаміку фінансової рентабельності, тобто у підвищенні еластичності фінансової рентабельності відносно прибутку.

Метод оптимізації структури капіталу за критерієм мінімізації її вартості базується на завчасній оцінці власного та позиченого капіталів за різних умов їх формування, обслуговування та здійснення багатоваріантних розрахунків середньозваженої вартості капіталу і, таким чином, пошуку більш реальної ринкової вартості компанії. Консолідовуючи капітал з різних джерел, фінансові управлінці (менеджери) докладають зусиль для оптимізації структури капіталу, аби мінімізувати середньозважену вартість капіталу – середню плату за всі джерела фінансування [7].

Метод оптимізації структури капіталу за критерієм зменшення рівня витрат фінансових ресурсів прогнозує процес диференційованого вибору джерел фінансування різних складових частин активів підприємства.

При визначення оптимальної структури капіталу пріоритет конкретних критеріїв оптимізації структури капіталу підприємство визначає самостійно.

Немає цілісної оптимальної структури капіталу, не лише для декількох підприємств, а й для одного підприємства на різних стадіях його розвитку.

Отже, процес оптимізації має на меті встановлення ціленаправленої структури капіталу, під якою розуміється співвідношення власних та позикових коштів підприємства, що дає можливість у повному обсязі забезпечити досягнення обраного критерію оптимізації.

Визначена цільова структура капіталу забезпечує заданий рівень доходності та ризику у діяльності підприємства, зменшує середньозважену його вартість або збільшує ринкову вартість підприємства. Показник цільової структури капіталу підприємства відображає фінансову ідеологію його власників чи менеджерів та входить до системи стратегічних цільових нормативів його розвитку.

1. Бланк И.А. Управление формированием капитала. К.: «Ника-Центр», 2010. 656 с.
2. Подольська, В.О., Яріш О.В. Фінансовий аналіз: навч. посіб. К.: Центр навч. л-ри, 2009. 488 с., 355.
3. Каркавчук В. Моделювання рівня рентабельності підприємства. Формування ринкової економіки в Україні, 2010. Вип. 18. С.103–106.
4. Головка Т.В., Сагова С.В. Стратегічний аналіз: навч.-метод. посіб. / за ред. М.В. Кужельного. К.: КНЕУ, 2002. 198 с.
5. Сініцин О.О. Характеристика методів регулювання та оптимізації структури капіталу корпорації. Електронне наукове фахове видання «Ефективна економіка», № 4, 2017, URL: <http://www.economy.nayka.com.ua/?op=1&z=2927>.
6. Горошанська О.О. Оптимізація структури капіталу підприємства. ХДУХТ, Харків, 30.03.2014. URL: file:///C:/Users/lera/Downloads/esprstp_2014_1_17.pdf.
7. Чиж Н.М. Структуризація власного капіталу акціонерних товариств: автореф. дис... канд. екон. наук: 08.00.08. Львів, 2010. 21 с.
8. Наумова Н.В., Герасимов Б.И., Пархоменко Л.В. Эффективное управление капиталом и источниками его покрытия на промышленных предприятиях региона. Тамбов: ТГТУ, 2014. 104 с.
9. Ван Хорн, Дж. К. Основы управления финансами: пер. с англ. / ред. серии Я.В. Соколов. М.: Финансы и статистика, 2016. 326 с.

УДК 336.717.11:005.342

ГУЦОЛ А.А., магістрантка

Науковий керівник – **ТКАЧЕНКО К.В.**, канд. екон. наук

Білоцерківський національний аграрний університет

**ОСОБЛИВОСТІ ЗДІЙСНЕННЯ ІННОВАЦІЙНИХ БАНКІВСЬКИХ
ТЕХНОЛОГІЙ З РОЗРАХУНКОВО-КАСОВОГО
ОБСЛУГОВУВАННЯ КЛІЄНТІВ БАНКІВ**

Розглянуто та проаналізовано платіжні, дебетові інструменти, безготівкові розрахунки. Вдосконалення технологій розрахункових операцій для швидкого й зручного обслуговування клієнтів.

Ключові слова: товарні операції, платіжний інструмент, інтернет-банк, інтернет-технології.

У світовій практиці нині існує великий спектр різноманітних платіжних інструментів, кожен із яких має як свої недоліки, так і переваги.

Беручи до уваги реальний фінансовий стан банку і складову конкретної товарної операції, кожен із контрагентів товарних операцій може обрати найнадійніший та найзручніший для себе інструмент для оплати та окреслити умови для його застосування.

Відповідно Закону України «Про платіжні системи та переказ грошей в Україні» платіжний інструмент – це метод певної форми паперового, електронного чи іншого носія інформації, застосування якого ініціює переказ коштів з того чи іншого рахунку платника.

До платіжних інструментів належать документи на переказ та спеціальні платіжні засоби. Платіжні інструменти, які використовуються у безготівкових розрахунках в Україні, ґрунтуються, переважно, на кредитному переказі коштів. Дебетові інструменти, такі як вексель та чек, використовуються у безготівкових розрахунках, але так і не набули великого поширення [1, 2].

В Україні безготівкові розрахунки можуть проводитись із використанням таких платіжних інструментів як – платіжне доручення; платіжна вимога-доручення, розрахункова квитанція, заява на акредитив, вексель, платіжна вимога, банківська платіжна картка, меморіальний ордер. Ефективність функціонування системи розрахунків у державах з розвинутою банківською інфраструктурою базується на безперервному вдосконаленні технологій розрахункових операцій, намаганні юридичних та фізичних осіб вигідніше використовувати свої кошти.

Зазначимо, що невід'ємною складовою вдосконалення обслуговування клієнтів банку є зручність, якість та швидкість обслуговування. Аби задовольнити дані потреби банк, в основному, використовує інтернет-технології. Позитивним є те, що в українській банківській системі усталеним є розуміння потреби у впровадженні інтернет-технологій під час процесу обслуговування клієнтів, тим більше, що ефективна організація цих послуг не лише дає додатковий прибуток банківській установі, а й допомагає закріпленню її іміджу та швидкому розширенню клієнтської бази.

При обслуговуванні клієнтів через систему Інтернет-банку варто додержуватись основних принципів банківського обслуговування – це доступність, нескладність у використанні, конфіденційність, оперативність, операції здійснюються в реальному режимі, комплексність, надання послуг через Інтернет, збереження цілісності інформації, ідентифікація, гарантії ризиків продавця [3, 4].

До основних функцій, які забезпечує стандартна система інтернет-банкінгу належать: виконання платежів безпосередньо співробітниками фірми, яка мають право електронного підпису, організація "прав доступу" для різних груп користувачів, перегляду виписок та залишків за рахунками; наявність як мінімум трьох методів авторизації користувача (вимога НБУ); система екстреного зв'язку з адміністратором.

Завдяки дотриманню зазначених вище умов, зручному користуванні та наявності систем захисту інформації інтернет-банкінг став універсальним продуктом для швидкого й зручного обслуговування клієнтів. На сьогодні Інтернет-банкінг не є новацією та користується широким попитом серед споживачів банківських послуг [5,6].

Однак, Інтернет-технології є основою подальшого вдосконалення та розвитку діяльності банків на ринку фінансових послуг. Так, нині наявні інтернет-блоги, за допомогою яких відбувається взаємодія клієнта з банком: інтернет-банкінг, мобільний банкінг тощо. Зазначимо, що Інтернет-банкінг є технологією віддаленого банківського обслуговування, яка надає можливість клієнтові мати доступ до банківських послуг не відвідуючи приміщення банку. Для банку Інтернет-банкінг дає можливість залучити більшу кількість клієнтів, які можуть стати учасниками інтернет-банкінгу незалежно від місцезнаходження.

Узагальнення зарубіжної практики інноваційної банківської діяльності доводить про нарощення обсягів інвестування капіталу банками у сучасні інформаційні технології, щоб відповідати

зростаючим потребам клієнтів. Так, у світовій банківській практиці нині ведуться інноваційні зміни [7], а саме: «багатоканальна діяльність» у єднанні новітніх і усталених технологій та інструментів (самообслуговування, дистанційне обслуговування, використання Інтернету, індивідуальні консультації); онлайн-банківські та фінансові системи (управління банківським рахунком, онлайн-обслуговування тощо); роззосередження і організаційне розділення банку, оптимізація банківської мережі: сегментація, зміни у філіальній мережі, онлайн банкінг; використання у комплексі сучасних інформаційних і комунікаційних технологій для електронного і змішаного маркетингу (клієнт самостійно обирає метод обслуговування); нові банківські продукти та послуги, що ґрунтуються на нових інформаційних та комунікаційних технологіях.

Водночас, на сьогодні в інноваційній орієнтації спостерігається посилення ролі держави. Актуальність державної підтримки інноваційної політики на ринку банківських послуг потребує розробки стратегії розвитку банківської системи на перспективу як складового елементу розвитку фінансового ринку. Вважаємо, що у стратегії розвитку ринку фінансових послуг, доцільно передбачити: основні інноваційні напрямки розвитку ринку банківських послуг і методи їх підтримки; розвиток і запровадження перспективних технологій обслуговування клієнтів, обробки та передачі інформації; взаємодію різних сегментів ринку фінансових послуг; розвиток системи регулювання і нагляду ринку фінансових послуг як єдиного цілого, а не лише окремих його сегментів.

1. Любунь О.С., Грушко В.І. Фінансовий менеджмент у банку: навч. посібник. К.: Видавничий дім Слова, 2004. 296 с.
2. Чопляк І.А. Аналіз взаємодії банківського та страхового сегментів на ринку фінансових послуг України. Економіка та суспільство. 2017. Вип. 9. С. 1084–1091.
3. Бондаренко Є.П. Механізм регулювання ринку фінансових послуг України: автореф. дис. ... канд. екон. наук: 08.00.08. Суми, 2011. URL: http://dspace.uabs.edu.ua/jspui/itstream/123456789/6650/1/6_Bondarenko_disser_w.pdf.
4. Бондаренко Л.П., М.П. Політило. Банківські інновації як необхідність ефективного функціонування банківського ринку. Інвестиції: практика та досвід. 2018. № 3. С. 5–8.
5. Єгоричева С.Б. Банківські інновації: навч. посіб. К.: Центр учбової літератури, 2010. 206 с.
6. Суховерхов А. Б. Мобильный эквайринг: реальность и перспективы. Методический журнал. Расчеты и операционная работа в коммерческом банке. № 6, 2015. С. 31–38.
7. Корнеев Ю.В. Діяльність ринку банківських послуг в Україні з урахуванням зарубіжного досвіду. Юридичний вісник «Повітряне і космічне право». 2017. Т 3 (№ 44). С. 124–129.

УДК 658

ДОРОШЕНКО О.А., магістрантка

Науковий керівник – **АРТІМОНОВА І.В.**, канд. екон. наук

Білоцерківський національний аграрний університет

ОСОБЛИВОСТІ ЗДІЙСНЕННЯ ОЦІНКИ ІНВЕСТИЦІЙНОЇ ПРИВАБЛИВОСТІ ТА КРЕДИТОСПРОМОЖНОСТІ ВІТЧИЗНЯНИХ ПІДПРИЄМСТВ

Проаналізовано прийоми оцінки інвестиційної привабливості підприємства, чутливість кон'юнктури ринку тв вірогідне розподілення дохідності.

Ключові слова: фінансовий стан, розвиток об'єкта інвестування, ризику інвестування.

Активізація інвестиційної діяльності вітчизняними підприємствами потребує підвищення обґрунтованої оцінки об'єктів інвестування, а саме: виробничого потенціалу, галузевої приналежності, фінансового стану, менеджменту, інтересів інвестиційного процесу, перспектив розвитку

підприємства щодо спроможності підвищення ефективності інтеграції національної економіки у світове господарство [1]. Узагальнивши існуючі прийоми оцінки інвестиційної привабливості підприємства (ІПП), можна виділити наступні:

- прийом, який базується на перевірці фінансових показників діяльності підприємства;
- комплексний – не спростовуючи потреби проведення фінансового аналізу, зважаючи на інші аспекти функціонування суб'єкта господарювання та оцінюючи підприємство за різними аспектами;
- ринковий – ґрунтується на оцінці привабливості цінних паперів компанії та аналізі показників фондового ринку);
- вартісний – полягає у зростанні вартості підприємства.

Найпоширенішим, зручним та простим є підхід, який використовує банк ґрунтується на аналізі фінансового стану підприємства, він є легким у застосуванні, не потребує збору додаткової інформації, яка не міститься у звітності, здатен комплексно оцінити теперішній фінансове стан підприємства, але такий аналіз не є достатнім адже, не вказує на перспективи розвитку та резерви поліпшення результатів діяльності [2].

Комплексні методики більш ширше оцінюють ІПП, враховуючи перспективи розвитку об'єкта інвестування, однак потребують аналізу різнопланових чинників, які не завжди мають числове вираження, так Н.В., Коваленко стверджує, що спершу банк буде аналізувати виробничу базу підприємства, її стан, наявність устаткування, сучасність технологій є одними з головних чинників інвестиційної привабливості, фінансовий стан та показники ефективності. Однак на практиці поширеним є те, що банк-інвестор вкладає кошти у збиткове підприємство із застарілими технологіями, устаткуванням, основними фондами. Основною причиною такого рішення є перспективність ринку, імідж, бренд підприємства, соціальна, екологічна та суспільна значущість тощо [3].

Надважливою проблемою управління банківськими інвестиційними ризиками є розподіл відповідальності за контролем над ними та визначення пріоритетності ухвалення рішень щодо управління ними. За твердженням Л.С. Валинурової існують дві загальновизнані концепції оцінки інвестиційного ризику: аналіз чутливості кон'юнктури ринку (розрахунок розмаху варіації дохідності, враховуючи найкращий та найгірший варіанти) та аналіз вірогідного розподілення дохідності (побудова вірогідного розподілу значень дохідності та вирахуванні стандартного відхилення від середньої дохідності й коефіцієнта варіації, яке, власне, і показує рівень ризику інвестицій) [4]. Щоб мінімізувати загальний ризик інвестування банки попередньо мають сформувати портфель інвестиційних пропозицій, принцип якого полягає в оптимальному розподілі ресурсів за типом цінних паперів, які потрібно ранжувати за ступенем ризику та дохідності. Головним завданням банківського інвестиційного менеджменту є вибір із наявних альтернативних варіантів ефективною інвестиційною стратегією – найвигідніший спосіб розміщення банківських ресурсів, що дає змогу отримати максимальний прибуток при забезпеченні допустимого рівня ризику. Дохідність конкретної інвестиційної операції комерційного банку у повному обсязі залежить від її ризику. Для того, щоб забезпечити контроль за інвестиційною діяльністю банків і обмежити інвестиційний ризик НБУ встановив нормативи інвестування, а саме: (Н11) норматив інвестування в цінні папери конкретно за кожною установою і (Н12) норматив загальної суми інвестування. Банки повинні також взяти до уваги при проведенні конкретних інвестиційних операцій специфіку вітчизняної фінансової системи, яка залежить від законодавчої і нормативної бази та характеризується зазвичай короткостроковим характером інвестування, багаторазовими змінами ролі, прав та обов'язків як учасників фондового ринку, так і органів державного контролю та нагляду, нестабільністю макроекономічної ситуації у середньо- та довгостроковому періодах. У зв'язку з цим, необхідно критичнопроаналізувати аргументи щодо позитивної ролі технологічних нововведень у диверсифікації капіталів і зниженні ризиків надання фінансово-інвестиційних послуг. Через зменшення цін на новітні технології та обладнання скорочується пороговий рівень масштабів бізнесу, за яким стає рентабельним їх впровадження. Внаслідок цього доступ до технологій, а отже, і до розширення операцій на нових ринках, мають дрібні та середні банківські установи, що посилює конкуренцію на ринках фінансово-інвестиційних послуг і забезпечує диверсифікацію капіталів споживачів послуг. Однак основним питанням у даному випадку є не стільки абсолютний розмір інвестицій у нові

сфери фінансових послуг, скільки ефективність їх використання, оскільки проведення операцій на нових ринках вимагає додаткових, часто досить серйозних, витрат для налагодження системи управління ризиками. У більшості випадків характер нових ризиків заздалегідь передбачати їх не дає можливості, внаслідок цього диверсифікація може призводити не до зниження, а до підвищення ризиків загалом. Тому високий ступінь диверсифікації можливий лише у випадку поєднання технологічних нововведень з високим рівнем менеджменту у фінансових установах.

Наступний метод у процесі управління та контролю, який переважно застосовують вітчизняні банки за інвестиційними ризиками при операціях з цінними паперами, є створення резервів на покриття можливих втрат за цими операціями. Згідно з концепцією нагляду на основі оцінки ризиків, розробленою НБУ, відповідальність за контроль ризиків ввіряється керівництву банку і постережній раді при ньому. Основна ж мета Нагляду з боку НБУ має за мету – виявити, наскільки ефективно банк управляє ризиками впродовж певного періоду, а не лише на певний момент часу. За таких умов Національний банк України діє більше як „наглядовець”, а ніж ревізор. НБУ здійснює превентивний нагляд (на основі оцінки ризиків), зосереджуючись на ризиках окремих банків та системних ризиках банківської системи. Такі елементи як - виявлення ризику, його вимірювання, контроль та моніторинг повинна включати кожна система контролю за ризиками.

Щодо кредитних операцій, то вони банкам приносять значну частину прибутку, оскільки вони пов'язані з кредитним ризиком, ризиком втрати ліквідності та платоспроможності, а в кінцевому підсумку – з ризиком банкрутства. Правильно підібрана та вироблена методика оцінки кредитоспроможності сприятиме зниженню кредитного ризику. Одна із перших стадій при отриманні банківського кредиту являється оцінка кредитоспроможності позичальника, і залежно від її результатів підприємство може одержати позикові кошти за зниженою ставкою відсотка, за звичайною, за завищеною, або отримати відмову у кредитуванні. Банку при розробці методики оцінки кредитоспроможності позичальника необхідно враховувати не тільки кредитний ризик, але й сучасний розвиток підприємств, зростання конкуренції на ринку кредитних послуг. Завищення класу позичальника призводить до зростання рівня кредитного ризику банківської установи, а заниження – до зниження попиту на кредитні ресурси з боку суб'єктів господарювання.

Одним із напрямів удосконалення оцінки кредитоспроможності позичальника – це врахування ризиків за позабалансовими операціями. Ці операції часто використовуються для зменшення витрат, що пов'язані з вимогами обов'язкових резервів, достатності капіталу та іншими нормативами, які банки висувають до суб'єктів господарювання. Необхідно, щоб інформація за цими інструментами точно відображала ризики потенційних втрат за ними при оцінці кредитоспроможності позичальника. Оцінка кредитоспроможності має враховувати не лише показники, що застосовують для оцінки діяльності підприємства, а також і прогнозування економічної ситуації та нестабільність зовнішнього середовища. В сучасних умовах не можна говорити про те, що проблема оцінки кредитоспроможності вітчизняних підприємств досить вивчена, адже в теорії і практиці не існує єдиного підходу до визначення системи показників, які б комплексно проаналізували кредитоспроможність підприємств. На сьогодні нестабільність економіки, високий рівень фінансових ризиків, прострочення погашення зобов'язань вітчизняними підприємствами ставлять високі вимоги до об'єктивності оцінки кредитоспроможності суб'єктів господарювання, адже одним із способів мінімізації фінансових ризиків є аналіз рівня кредитоспроможності [5].

В науковій літературі виділяють такі методи оцінки кредитоспроможності як: метод на основі розрахунку фінансових коефіцієнтів; на основі синтезу грошових мас; на основі синтезу ділового ризику; прогнозні методи оцінки кредитоспроможності (модель Бівера), комплексні моделі, дискримінантні факторні моделі, кредитний скоринг. Системи показників В. Бівера є поширеною у вітчизняній практиці здійснюється на основі однофакторного дискримінантного аналізу. В основу її американський економіст виділив 30 найчастіше використовуваних показників фінансового стану, які поділяються на шість груп, в кожній з яких було по одному найтипівішому показнику, які і сформували систему прогнозування. Недолік однофакторного аналізу (системи показників Бівера) полягає у тому, що роль одних показників може вказувати на позитивний розвиток підприємства, а інших – про незадовільний. Отже, для проведення більш детальної оцінки та ймовірності банкрутства використовують багатфакторні моделі, які являють собою функцію суми добутоків показників

(змінних) дискримінантної функції на їх коефіцієнти (ваги) в такій дискримінантній функції. Однак в Україні вони застосовуються рідко через певні труднощі, а саме: недостатність фахівців певної кваліфікації, що не дає можливості розробити власні, галузеві дискримінантні функції; недостатність наявних коштів для закупівлі та адаптації західних методик до вітчизняних умов господарювання; недостатній рівень об'єктивності показників, які відображаються підприємствами у фінансовій звітності через проблему подвійної бухгалтерії; невідповідність у часі, яка полягає в використанні моделі у тому часі, в якому вона розроблена; ймовірність банкрутства притамана лише для підприємства, які відповідають вибірці; методика визначення параметрів моделі її невідповідність та потреба точного дотримання методичних прийомів оцінки показників, розроблені автором моделі [4].

Уніфікований підхід до визначення коефіцієнтів, визначення їх значень, не враховуючи термін надання кредитує характерною ознакою для вітчизняних методик оцінки кредитоспроможності. Зазначимо, що недолік коефіцієнтного методу полягає у переоцінці ролі кількісних чинників і недооцінці міжособистісних відносин, висока чутливість до викривлення та недостовірності вихідних даних, труднощі при отриманні єдиної оцінки кредитоспроможності позичальника з об'єднанням цифрових і нецифрових даних, аналізу зовнішнього середовища не приділяється відповідна увага. Також недостатність вичерпної кредитної інформації, яка суттєво впливає на оцінку кредитоспроможності являється вагомою причиною появи проблемних кредитів, а правильна оцінка кредитоспроможності неможлива без такої інформації. Саме тому при оцінці кредитоспроможності позичальників доцільно використовувати підхід, який враховує термін надання кредиту. У випадку короткострокового кредиту важливими є показники ліквідності та фінансової стійкості, за довгострокового – прибутковості та рентабельності, ефективності виробництва; забезпечити банківських аналітиків достатнім обсягом якісною, повною, достовірною, актуальною та об'єктивною інформацією про позичальника; застосовувати методику оцінки кредитоспроможності позичальників не лише на аналізі фінансового стану, а й на оцінці інших, зовнішніх факторів, які впливають на діяльність підприємства, розроблення та подальше вдосконалення єдиної комплексної системи оцінки, яка б поєднувала кількісні та якісні індикатори, враховувала рівень ділового ризику підприємств та терміни надання кредиту.

1. Гайдуцький А. П. Оцінка інвестиційної привабливості економіки. Економіка і прогнозування. 2008. № 4. С. 3–7.
2. Коупленд Т., Коллер Т., Дж. Муррін. Стоимость компаний: оценка и управление / 3-е изд., перераб. и доп.; пер. с англ. М.: ЗАО «Олимп-Бизнес», 2015. 576 с.
3. Коваленко Н.В., Мархайчук М.М. Синергетичні ефекти від інвестиційної діяльності промислового підприємства. Економічний аналіз. 2016. Вип. 9. Ч. 2. С. 233–236.
4. Кузьменко Д. Теоретичні підходи до визначення кредитоспроможності позичальника: аналіз проблемних питань. Ринки цінних паперів України. 2017. № 11–12. С. 35–40.
5. Бугель Ю. Основні шляхи вдосконалення сучасних методів оцінки кредитоспроможності позичальника. Банківська справа. 2007. № 4. С.54–60.

УДК 336.773:338.22

ДРОБИНА Р.О., магістрантка

Науковий керівник – **КРИСАНОВ М.Ф.**, д-р екон. наук

Білоцерківський національний аграрний університет

МЕТОДИЧНІ ПІДХОДИ ДО ВИЗНАЧЕННЯ КРЕДИТОСПРОМОЖНОСТІ ПОЗИЧАЛЬНИКІВ – СУБ'ЄКТІВ МАЛОГО БІЗНЕСУ

Розглянуто та проаналізовано господарську діяльність за рахунок кредитування, оцінка кредитоспроможності позичальника.

Ключові слова: фінансові коефіцієнти, грошові потоки, рейтинговий та експертний методи.

Узагальнення наукових праць дозволило встановити, що кредитоспроможність підприємства є комплексним поняттям, яке слід розглядати в контексті конкретної ситуації та інтерпретувати через ідентифікацію спроможності підприємства до здійснення фінансування господарської діяльності за рахунок кредитування та наявності зручних умов для проведення цих операцій банком, а також правомочності позичальника, його ділової репутації та здатності до генерування грошових потоків процесі господарської діяльності, що забезпечує належне виконання обов'язань за кредитною угодою [1].

Очевидно, що аби здійснити оцінку кредитоспроможності позичальника для банківської установи потрібно убезпечити себе від кредитних ризиків у разі непогашення кредиту, у той же час позичальнику важлива оцінка кредитного ризику та визначення джерел погашення відсотків і заборгованості за кредитом.

«З метою управління кредитними ризиками банки мають проводити оцінку кредитоспроможності позичальника як на стадії прийняття рішення про доцільність видачі кредиту, так і на стадії контролю за процесом погашення відсотків і заборгованості за кредитом» [2, с. 69].

Серед методів, які найширше використовуються, під час оцінки кредитоспроможності виділяють наступні: метод на основі фінансових коефіцієнтів, метод грошових потоків, рейтингові методи, експертний метод, дискримінантні факторні моделі, методи комплексного аналізу (правило «5C», CAMELS, CAMPARI, COPF, PARSER та інші)» [3].

Застосування методу коефіцієнтів при оцінці кредитоспроможності позичальника зводиться до розрахунку кількісних показників його фінансового стану і порівняння отриманих результатів з нормативними або середніми. Перевагою методу фінансових коефіцієнтів є простота розрахунку [2, с. 70].

Однак, метод фінансових коефіцієнтів має певні недоліки: відсутня єдина база оптимальних значень фінансових показників; не враховують безперервні динамічні зміни.

Зазначимо, що «в основі методу оцінки грошових потоків покладено використання факторних показників, що характеризують оборот коштів у клієнта в звітному періоді. Грошовий потік визначає здатність підприємства покривати свої витрати і погашати заборгованість своїми власними ресурсами. Недоліком цього методу є те, що він не розкриває взаємозв'язку між отриманим фінансовим результатом та зміною абсолютного розміру грошових коштів» [3].

Водночас рейтингові методики оцінки кредитоспроможності позичальника формуються із врахуванням підходу конкретного банку до оцінки рівня кредитного ризику. «Рейтингова методика оцінки кредитоспроможності позичальника орієнтована на врахування як кількісних, так і якісних характеристик клієнта» [4, с. 158].

Рейтинговий метод має певні переваги: можливість добору коефіцієнтів, виходячи з конкретної мети аналізу; при використанні цього методу не передбачається аналіз великих масивів даних і відразу відбувається ранжування одержаного результату за певною шкалою. Проблема рейтингового методу це вибір еталона для порівняння.

Виділяють також експертний метод, який використовується з метою оцінення якісних та прогнозних показників, які вказують на кредитоспроможність клієнта. Перевагами даного методу є те, що одержані результати оцінки дають змогу визначити перспективний рівень кредитоспроможності клієнта згідно основних її характеристик. До недоліків потрібно віднести те, що основою експертного методу є суб'єктивні оцінки та підходи, які опираються на інтуїцію експертів, висновки яких зазвичай різняться» [3].

Отже, вищезазначені методи оцінки можуть застосовуватись паралельно або частково, доповнюючи один одного.

Для нормативного забезпечення процесу оцінки кредитоспроможності позичальника з 03.01.2017 р. Набуло чинності «Положення про визначення банками України розміру кредитного ризику за активними банківськими операціями», схвалене Постановою НБУ №351 від 30.06.2016 р. [5].

Дана Положення прийнята на заміну діючого «Положення про порядок формування та використання банками України резервів для відшкодування можливих втрат за активними банківськими операціями», яке було закріплене Постановою Правління Національного банку України № 23 від 25.01.2012» [6].

Розрахунки інтегрального показника фінансового стану позичальника-юридичної особи здійснюється із застосуванням багатofакторної дискримінантної моделі [7, с. 242].

Залежно від значення інтегрального показника позичальник належить до певного діапазону, якому відповідає той чи інший клас. У «новому» Положенні «передбачено вісім моделей розрахунку інтегрального показника у розрізі позичальників, які належать до суб'єктів малого бізнесу та до великих і середніх підприємств та диференціація моделей на чотири групи за видами економічної діяльності» [8].

Для порівняння у «старому» Положенні було передбачено вісімнадцять моделей розрахунку інтегрального показника та диференціація моделей на дев'ять груп за видами економічної діяльності Базовий перелік фінансових коефіцієнтів, що включені до моделі інтегральної оцінки містить двадцять один показник».

Зазначимо, що у провідних країнах світу для оцінки кредитоспроможності клієнтів застосовуються такі методики: правило «5С», CAMELS, CAMPARI, COPF, PARSER, PARTS та інші. Кожна з методик побудована таким чином, що перші літери назви методики відображують систему аналізу фінансового стану позичальника. «На основі кожного розділу аналізу складають листи опитування, відповіді на які оцінюються у балах. Загальна сума отриманих балів переводиться у відповідний клас позичальника: позичальники надійні, позичальники з мінімальним, середнім або високим ризиком» [3].

Розглянемо більш детально методики бізнес-аналізу комерційних банків на прикладі ПАТ КБ «Приватбанк», який для оцінки кредитоспроможності позичальника використовує спеціальну програму. Методологія визначення рейтингу в цій програмі викладена у Методиці оцінки базельських параметрів для підприємств.

Процедура кредитування суб'єктів малого бізнесу ПАТ КБ «Приватбанк» регулює порядок роботи з клієнтами на всіх етапах кредитного процесу – з моменту залучення клієнта до виникнення простроченої заборгованості по кредиту, а також визначає основні методи роботи, завдання, функції, права та повноваження відповідальних співробітників банку.

Робота з суб'єктами малого бізнесу складається з таких етапів:

- видача кредиту (підготовка договорів менеджером, перевірка документів юридичним підрозділом, укладення кредитного договору, укладення договорів застави (іпотеки), страхування, поруки, безпосередньо видачу кредитних коштів);
- супроводження кредиту (перевірка цільового використання, моніторинг фінансового стану позичальника, заставленого майна, виконання зобов'язань за договором (у т. ч. і робота з проблемною заборгованістю);
- закриття кредиту.

У розділі «аналіз кредитоспроможності позичальника» процедури визначається порядок проведення аналізу кредитоспроможності клієнта, яка включає в себе вивчення наступної інформації: структури кінцевих власників бізнесу та принципи управління; схеми ведення господарської діяльності; наявності зв'язаних осіб та ступінь взаємодії між ними; структури активів та зобов'язань бізнесу, ліквідність бізнесу; фінансових результатів діяльності, рентабельність та ефективність діяльності; перспектив розвитку діяльності клієнта; потенційно можливих ризиків» [8].

Відвідування місця ведення бізнесу здійснюється з метою візуального порівняння отриманої від клієнта інформації з тим, в чому менеджер зможе переконатися на власні очі під час візиту, підтвердження повноти наданої інформації, виявлення ГПК, огляду застави. Клас позичальника визначається в залежності від кількості набраних балів за результатами проведеної оцінки.

Щодо існуючих в Україні методик прийняття кредитних рішень слід зазначити наступне: відсутній єдиний концептуальний підхід до побудови методик оцінки позичальників; існуючі методики оцінки кредитоспроможності позичальників недостатньо обґрунтовані та орієнтовані на сформовані традиції, що робить їх використання у більшості випадків неефективним і навіть

може призводити до неадекватних оцінок кредитоспроможності позичальників; по-третє, ефективність прийняття рішення щодо кредитування залежить від частоти цього процесу, компетентності й досвіду банківського працівника.

Отже, у вітчизняній банківській сфері відсутній єдиний концептуальний підхід до побудови методик оцінки кредитоспроможності позичальників. Зарубіжні методики здебільшого орієнтуються на оцінку якісних чинників, відповідно, є адаптованими до вітчизняної економіки і не враховують ряд важливих умов, в яких працюють українські підприємства. У вітчизняній практиці методики здебільшого базуються на розрахунку фінансових показників, які розраховуються на підставі даних фінансової звітності за останній звітний період, в той час як використання якісних характеристик позичальника є другорядним. Вважаємо, що удосконалення методики оцінки бізнес-аналізу позичальника для мінімізації кредитного ризику вітчизняних банків та встановлення тісного взаємозв'язку із кількісно-якісною оцінкою галузі господарювання вимагає забезпечення чіткості, логічності, послідовності, повноти та вичерпності вибору методичного інструментарію аналізу позикових операцій, що дозволить приймати більш обґрунтовані рішення в області кредитування.

1. Чайковський Я.І. Напрямки вдосконалення методики аналізу кредитоспроможності боржника-юридичної особи. Українська наука: минуле, сучасне, майбутнє. Бізнес-Інформ. 2014. № 19 (1). С.176–188.
2. Мартиновський В.С., Бурага Л.С. Ефективність банківського кредитування малого та середнього бізнесу в Україні. Економіка харчової промисловості. 2016. Т. 8, № 4. С. 67–73. URL: http://nbuv.gov.ua/UJRN/echp_2016_8_4_11.
3. Зінченко О.А., Святенко С.В., Марчукова В.С. Узагальнення теоретичних підходів до визначення сутності категорії «кредитоспроможність». Економіка. Управління. Інновації. 2013. № 1. URL: http://nbuv.gov.ua/UJRN/eui_2013_1_23.
4. Вовк В.Я., Хмеленко О.В. Кредитування і контроль: навч. посібник. К.: Знання, 2012. С. 463.
5. Про визначення банками України розміру кредитного ризику за активними банківськими операціями: Положення, затверджене Постановою НБУ. № 351 від 30.06.2016 р. Відомості Верховної Ради України. URL: <http://zakon2.rada.gov.ua/laws/show/v0351500-16>.
6. Про порядок формування та використання банками України резервів для відшкодування можливих втрат за активними банківськими операціями: Положення, затверджене Постановою Правління НБУ. № 23 від 25.01.2012 р. Відомості Верховної Ради України. URL: <http://zakon4.rada.gov.ua/laws/show/z0231-12>.
7. Смолева Т.М. Сучасні методи оцінки кредитоспроможності позичальників банками України. Финансы, учет, банки. 2014. № 1. С. 241–245.
8. Скомаровська К.А. Структура бізнес-аналізу у кредитному процесі. Сучасна економіка. Київ: ДІПК. 2013. № 10. С. 94–104.

УДК 657.421.3

ЗАЙЧУК І.В., магістрантка

Науковий керівник – **ГЕРАСИМЕНКО І.В.**, канд. екон. наук

Білоцерківський національний аграрний університет

ЕКОНОМІЧНИЙ ЗМІСТ КАТЕГОРІЇ «НЕМАТЕРІАЛЬНІ АКТИВИ»

Визначена сутність поняття «нематеріальні активи». Проаналізовано сучасний стан обліку і методики розкриття інформації у фінансовій звітності.

Ключові слова: немонетарні активи, інтелектуальна власність, торговельні марки, інноваційні процеси.

Використання матеріальних необоротних активів підприємствами у виробничій діяльності вимагає залучення також різних об'єктів не матеріальних активів, оскільки їх існування забезпечує розвиток матеріально-технічної бази підприємства. Так, Порядок обліку нематеріальних активів і методика розкриття інформації про них у фінансовій звітності містяться в Положенні 8 (бухгалтерського обліку). У цілому цей документ дає досить повну інформацію про порядок обліку, амортизації, відображення у звітності нематеріальних активів. Проте документ містить багато неточностей, про які нами детально буде розглянуто нижче.

Згідно з П(С)БО 8 нематеріальним активом є немонетарний актив, який: немає фізичної субстанції, може бути ідентифікований, утримується підприємством для виробництва або постачання товарів (послуг) для передавання в оренду іншим особам або для адміністративних цілей, утримується підприємством з метою використання упродовж періоду більше одного року, або одного операційного циклу, якщо він перевищує один рік [1].

Дана термінологія потребує детального обґрунтування, оскільки є досить складною.

З точки зору бухгалтерського обліку для розуміння сутності нематеріальних активів визначальним виступає поняття «активи», яке згідно з Національним положенням (стандартом) бухгалтерського обліку 1 «Загальні вимоги до фінансової звітності» розглядається як «ресурси, контрольовані підприємством у результаті минулих подій, використання яких, як очікується, призведе до отримання економічних вигод у майбутньому» [2].

Нематеріальні активи складають підрозділ цієї групи і визначаються як немонетарні активи, які не мають матеріальної форми та можуть бути ідентифіковані [3].

Згідно з МСБО 38 «Нематеріальні активи» нематеріальні активи – це немонетарні активи, які не мають фізичної субстанції та можуть бути ідентифіковані [4].

Підприємства часто здійснюють витрати на всякого роду нематеріальне майно, таке як наукові або технічні знання, проектування і впровадження нових процесів або систем, ліцензії, інтелектуальна власність, знання ринку, торговельні марки, комерційні й видавничі найменування. Прикладами вказаних категорій є комп'ютерне програмне забезпечення, патенти, авторські права, кінофільми, списки клієнтів та інше. Однак, незважаючи на те, що всі ці ресурси потрапляють у сферу дії П(С)БО 8 та МСБО 38, не всі вони відповідають визначенню нематеріального активу, що в протилежному випадку призведе до визнання їх витратами у міру виникнення, якщо тільки вони не виникли у процесі об'єднання бізнесу і не зараховані до гудвілу.

Нематеріальний актив повинен бути ідентифікований, щоб його можна було відокремити від гудвілу. МСФЗ 3 «Об'єднання бізнесу» розглядає гудвіл як «майбутні економічні вигоди, які виникають від активів, які не піддаються індивідуальній ідентифікації та визнанню в якості самостійних активів. Наприклад, майбутні економічні вигоди можуть виникнути в результаті синергії між придбаними ідентифікованими активами або від активів, які окремо не відповідають критеріям визнання в фінансовій звітності, але за які покупець готовий заплатити при придбанні підприємства». Тому, коли Комітет з МСБО в 2004 році переглядав МСБО 38 «Нематеріальні активи» і розробляв МСФЗ 3 «Об'єднання бізнесу», зазначалося, що принцип ідентифікації повинен бути сформульований більш чітко, щоб запобігти віднесенню вартості придбаних або створених нематеріальних активів в бухгалтерському обліку до складу витрат відповідного періоду, або гудвілу в процесі об'єднання бізнесу [5, с. 844].

Згідно з чинною редакцією МСБО 38 нематеріальний актив підлягає ідентифікації у випадку якщо:

- він може бути виокремлений, тобто його можна виділити або відділити від суб'єкта господарювання та продати, передати, ліцензувати, здати в оренду або обміняти індивідуально або разом із пов'язаним із ним контрактом, ідентифікованим активом чи зобов'язанням, незалежно від того, чи має суб'єкт господарювання намір зробити це;

- виникає внаслідок договірних або інших юридичних прав, незалежно від того, чи можуть вони бути передані або відокремлені від суб'єкта господарювання або ж від інших прав та зобов'язань [6].

Саме поняття нематеріального активу (нематеріальних активів) багатомірне. Низка українських фахівців, які вивчають питання обліку нематеріальних активів, мають свою думку щодо об'єкта нематеріальних активів, обліку і нарахування зносу. Вважаємо, що в широкому розумінні, під нематеріальними активами слід розуміти сукупність невідчутних немонетарних факторів, що мають характер виключних прав і забезпечують одержання економічних вигід у майбутньому. Визначення нематеріальних активів, наведене в П(С)БО 8 «Нематеріальні активи» вона розглядає лише як їх сутність у вузькому розумінні.

В результаті проведеного аналізу наукових поглядів на трактування категорії «нематеріальні активи» можемо запропонувати власне бачення їх сутності. Вважаємо за доцільне розглядати сутність нематеріальних активів як сукупність всіх наявних у підприємства прав на різні види власності, які мають певну цінність для суб'єкта господарювання і забезпечують йому можливість отримання вигоди чи доходу.

Основними компонентами, які характеризують нематеріальні активи, є: відсутність матеріально-речовинної форми; використання протягом тривалого періоду часу; реальна участь в фінансово-економічних процесах, яка виражається у функції впливу на підвищення ефективності діяльності підприємств по досягненню більш високих кінцевих результатів; значна міра невизначеності розмірів прибутку від їх використання, суттєва роль в інноваційних процесах.

1. Національні стандарти бухгалтерського обліку в Україні. Закон. Збірник нормативно-правових актів. Положення. Інструкції. / Упорядники Д.О. Горлов, І.В. Шпак. Шеф-редактор В.С. Ковальський. Київ: СП „Юрінком Інтер", 2000. 231 с.
2. Огійчук М.Ф. Бухгалтерський облік на сільськогосподарських підприємствах: підручник. К.: Алерта, 2007. 979 с.
3. Столярчук Н.М. Проблеми обліку реалізації необоротних активів. Бухгалтерський облік, аналіз та аудит в епоху глобальних змін: тези доп. міжнар. наук.-практ. конф. Київ, 23 жовт. 2009 р. К.: КНЕУ, 2009. С. 54-60.
4. Пантелеєв В.П. Аудит: навчальний посібник. К.: „Професіонал”, 2008. 400 с.
5. Фінансовий та управлінський облік на сільськогосподарських підприємствах: підручник / М.Ф. Огійчук, В.Я. Плаксієнко, М.І. Беленкова та ін. 5-е вид. перероб. і доп. К.: Алерта, 2009. 1056 с.
6. Міжнародний стандарт бухгалтерського обліку 38 «Нематеріальні активи» (IAS 38 «Intangible Assets»). URL: <http://www.minfin.gov.ua>.

УДК 336.531.2:657.412.7

КУЦАЧЕНКО Т.В., магістрантка

Науковий керівник – **ВАРЧЕНКО О.М.**, д-р екон. наук

Білоцерківський національний аграрний університет

ЗАРУБІЖНИЙ ДОСВІД ФОРМУВАННЯ ІНВЕСТИЦІЙНОЇ ПОЛІТИКИ ПЕНСІЙНИХ ФОНДІВ

Проаналізовано сучасний стан пенсійного забезпечення в Україні та пенсійних систем різних країн. Зроблено висновки щодо необхідності впровадження недержавних систем пенсійного забезпечення. На сьогодні більшість країн сприймає перегляд існуючої солідарної системи.

Ключові слова: трирівнева пенсійна система, приватні пенсійні фонди, накопичувальні системи, інвестиційна діяльність.

Досвід розвинутих країн, показує, що гідна пенсія і кардинальне зменшення пенсійного навантаження на державні фінанси можливі лише через широку пенсійну реформу шляхом створення трирівневої збалансованої пенсійної системи.

Потреба у змінах в пенсійному забезпеченні спричинена деяким об'єктивними факторами, зокрема, соціально-політичними економічними та демографічними. Нині у багатьох країнах світу дана проблема досить нагальна, причиною цього є старіння населення, зміна його вікової структури, що спричинило ускладнення економічної ситуації.

У ХХ ст. пенсійні системи почали стрімко розвиватися і, проходячи через кризи, ставати більш орієнтованими на конкретну людину-пенсіонера. Спочатку формування ресурсів на пенсію здійснювалося за допомогою одного з двох підходів: внесення коштів працюючими в єдиний національний пенсійний фонд (кошти спрямовуються на поточні пенсії) або створення накопичувального резервного фонду. 180 країн, що є членами Міжнародної Організації Праці, обрав перший метод фінансування пенсійних систем як найбільш привабливий для економіки. З помітним старінням населення країн Заходу виникло питання про реформування пенсійних систем, оскільки фінансове навантаження на працюючих ставало надто високою. Держави більше не могли справлятися зі зростаючою потребою в гідному фінансуванні пенсіонерів, тому виникла необхідність у пошуку додаткових методів накопичення пенсійних коштів.

Отже, починаючи з 80-х років ХХ століття, почали з'являтися трирівневі пенсійні системи, які з часом значно спростили процес формування коштів на пенсію. Приватні пенсійні фонди Англії мають досить глибоке коріння. Економісти-дослідники стверджують, що коли б не існувало приватних пенсійних фондів, тоді б не відбулося стрімкого розвитку капіталізму в даній країні.

У структурі пенсійних систем розвинутих країн НПФ виступають інститутами трьох основних їх компонентів: системи обов'язкового накопичувального, професійного та приватного пенсійного забезпечення. У вісімнадцяти з тридцяти чотирьох країн ОЕСР функціонують окремі форми обов'язкової чи квазі-обов'язкової приватної пенсійної системи, що дозволяють забезпечити високий рівень охоплення населення працездатного віку. У Фінляндії, Ісландії, Норвегії та Швейцарії професійні пенсії є обов'язковими і охоплюють майже 70 % населення працездатного віку: роботодавці використовують відповідні пенсійні схеми, ставки внесків за якими встановлені урядом. Ісландія, в якій рівень охоплення населення пенсійною системою становить майже 85 %, фактично виступає лідером за цим показником серед країн ОЕСР. Професійні пенсійні системи тут класифікуються як квазі-обов'язкові: на основі галузевих або загальнонаціональних колективних договорів роботодавці встановлюють пенсійні схеми, до яких повинні приєднатися працівники. Іншим прикладом є професійні пенсійні системи Данії, Нідерландів і Швеції, в яких рівень охоплення населення працездатного віку складає більше 60 % [1, с. 10-11].

Обов'язкові накопичувальні системи поширені також в країнах Латинської Америки і Центральної та Східної Європи, де вони частково замінили соціальні допомоги, а також успішно функціонують у Чилі, Мексиці, Швеції, Данії, Естонії, Польщі, Словацькій Республіці, Ізраїлі тощо. Рівень розвитку приватних пенсійних фондів варіюється залежно від країни. Так, учасниками НПФ Чехії, Нової Зеландії та США є більше 50 % громадян у віці 15-64 років. З іншого боку, рівень охоплення населення системою НПЗ є дуже низьким (менше 5%) у таких країнах, як Греція, Люксембург, Португалія та Туреччина [1, с. 8]. У деякій мірі таку ситуацію можна пояснити достатністю державної системи пенсійного страхування.

Характеризуючи види недержавних пенсійних фондів, варто зазначити, що в даний час на пенсійні схеми з визначеними внесками (DC) припадає 47 % пенсійних активів, а з визначеними виплатами (DB) – 53 %. Співвідношення DC та DB схем значно відрізняється в різних країнах. Наприклад, у Чилі, Чехії, Угорщині, Польщі та Словаччині всі пенсійні фонди класифікуються як фонди з DC схемами, в той час як DB схеми домінують в Канаді, Фінляндії, Німеччині, Кореї, Японії та Норвегії [2, с. 5].

Зазначимо, що упродовж останніх років пришвидшилися тенденції переходу до пенсійних схем з встановленими внесками, свідченням чого є перевищення темпів зростання активів таких фондів над показниками фондів зі встановленими виплатами – 8,8 % і 5 % річних відповідно. Однак, незважаючи на більшу ризикованість, схеми з встановленими виплатами як і раніше являють

собою дуже важливий компонент пенсійних фондів, а в окремих країнах (Швейцарія, Норвегія, Фінляндія, Німеччина) – основний.

Використання пенсійних коштів у економіці в якості джерела довгострокових внутрішніх інвестицій, ще одна суттєва причина для активізації інвестиційної діяльності НПФ, що допоможе вдосконаленню не тільки пенсійної системи, але й економіки в цілому. Наприклад, в країнах ОЕСР, активи пенсійних фондів складають в середньому майже 70 % ВВП, а в деяких країнах навіть перевищують величину ВВП (наприклад, Нідерланди, Ісландія, Швейцарія), що свідчить про значний ресурс для внутрішніх інвестицій [3].

Станом на початок 2016 р. світові пенсійні активи накопичувальних фондів 16 найбільших ринків світу становили \$ 35,3 трлн. У США та Австрії пенсійні фонди концентрують понад 90% ВВП, Голландії – 120 %, Швейцарії – 113 %, в Україні пенсійні активи не перевищують 1% ВВП. До п'ятірки лідерів також входять США (\$ 22 трлн.), Велика Британія (\$ 3,2 трлн), Японія (2,7 трлн дол. США), Австралія (1,5 трлн дол. США), Канада (1,5 трлн дол. США). Середня пенсія у цих країнах становить близько 1500 дол. США./міс. за здійснення щомісячних внесків на рахунок недержавних пенсійних фондів у розмірі 15-18% від доходу [4].

Напрями вкладення пенсійних активів диференціюються також у розрізі країн. Так, пенсійні фонди Нідерландів, Японії та Швейцарії віддають перевагу консервативним інвестиційним стратегіям, інвестуючи значну частку активів в облігації, депозити та інші активи. Протилежну стратегію демонструють фонди США, Великобританії, Австралії та Канади, лєвова частка в структурі активів яких належить акціям. Так, 57 % пенсійних активів у США інвестуються в акції [5].

Модель пенсійного забезпечення у Великобританії є трирівневою, і передбачає: базові державні пенсії, державні пенсії за вислугою років і недержавні пенсії.

«Ню-хау» уряду Великобританії є новітня схема особистого пенсійного забезпечення, іншим словом – пайові пенсії. Головним принципом зазначеної схеми – це дати можливість службовцям одержувати максимально можливу пенсію за відносно невисоких внесках, це ж можна запровадити і в Україні. Подальший розвиток пенсійної системи Великобританії розглядеться в розповсюдженні схем додаткового пенсійного забезпечення на працівників з нижчою заробітною платою.

Заплановано, що новітні форми добровільних пенсійних накопичень «пенсії акціонерів» мають обійняти 50 відсотків службовців, які не є учасниками пенсійних схем підприємства [6].

Не дивлячись на вже наявні деякі відмінності, уся система захисту «старості» у Німеччині носить характер «системи трьох рівнів». Модель пенсійної системи, яка сформувалась у Німеччині, також притаманна для інших країн, а саме: Австрії, Італії, Франції та більшості країн Західної Європи

Загалом система «захисту старості» у Німеччині характеризується співіснуванням низки зовсім різних, окремих систем.

На сьогодні дані системи дуже різняться одна від одної, зокрема, кількістю та соціальним статусом застрахованих осіб, за правилами фінансування та надання послуг й допомоги, за структурами організацій, а також за ступенем захищеності, що і є основною метою цієї структури [2].

Модель пенсійної системи в Сполучених Штатах Америки азується в основному на особистісному пенсійному страхуванні населення. Американське пенсійне забезпечення, ще з початку з 80-х років, зміщується від державної розподільної системи до накопичувальних схем, реалізованим в основному в приватному секторі, оскільки вони розвиваються випереджаючими темпами [7].

Модель, яка функціонує в Японії, характерна також для Австралії та країн Північної Європи. Тут переважає державне соціальне забезпечення, тобто фінансування відбувається за рахунок бюджету. Інші сфери соціального захисту хоча і досить розвинені, проте виконують функції додаткових систем. На сьогодні у пенсійній системі Японії існує два основних рівня. Перший рівень становлять базові пенсії, другий – державні і професійні.

Пенсійна реформа Польщі також має свої особливості, в ній спостерігаються вагомні зміни у формулі обрахунку пенсії для солідарної системи.

Пенсійні виплати з солідарної системи нині формуються опираючись на залишки коштів на умовному рахунку, який складається з внесків до солідарної системи, які переводяться за кожного

учасника. Після виходу на пенсію залишок, що є на умовному рахунку перетворюється на довічну виплату способом ділення залишку коштів на середній показник очікуваної тривалості життя для чоловіків і жінок відповідного віку. Це було введено, в першу чергу, для того, аби безпосередньо поєднати пенсійні внески та виплати. Започатковується загальнообов'язкова накопичувальна система, від учасників якої вимагаються внески 7,3 % їх заробітку до приватного пенсійного фонду, який вони обирають самостійно. Дані внески опісля інвестуються, а накопичений залишок коштів на рахунку перетворюється, при виході на пенсію, у щомісячні виплати. На відміну від солідарної системи ці рахунки реальні. Для осіб, що мають бажання заощадити додаткові кошти після виходу на пенсію, запроваджується добровільна накопичувальна система.

Отже, у більшості країн зростання пенсійних виплат, старіння населення зумовили перегляд існуючої солідарної системи підтримки літнього населення і визначення основних напрямів реформування системи державного пенсійного забезпечення. У багатьох країнах стали розглядати систему приватного пенсійного забезпечення як форму, яка інтегрована в систему пенсійного страхування. Необхідність впровадження недержавних систем пенсійного забезпечення прийнята сьогодні більшістю розвинених країн і сприймається на всіх рівнях управління представниками різних верств населення. Використання недержавних джерел фінансування пенсій в розвинених країнах перевірено часом і стимулюється державою, оскільки: скорочує кількість людей, що залежать від підтримки держави; створює умови для того, щоб держава зосередилась на пенсійне забезпечення найменш захищених верств населення; ліквідує необхідність надмірно збільшувати державні соціальні програми.

1. Antolin P., Payet S., Yermo J. Coverage of Private Pension Systems: Evidence and Policy Options. OECD Working Papers on Finance, Insurance and Private Pensions. 2012. No 20. 37 p.
2. Global Pension Asset Study 2014. Towers Watson. 2014. Available at: <http://www.towerswatson.com>.
3. Pension Markets in Focus. Report on pension funds' long-term investments. 2015 Available at: <http://www.oecd.org/daf/fin/private-pensions/Pension-Markets-in-Focus-2015.pdf>.
4. Штепенко К.П., Деркаченко А.В. Аналіз діяльності недержавних пенсійних фондів в Україні. Молодий вчений. 2016. № 12.1 (40). С. 1006–1010.
5. Хлибова Т.А. Особливості інвестиційної діяльності недержавних пенсійних фондів в Україні. Молодий вчений, 2017. № 10. С. 1092–1096.
6. Davis E.P. Pension Funds. Financial Intermediation and the New Financial Landscape. Philip Davis. UNITED KINGDOM: The Pensions Institute Cass Business School, 2000. 21 p.
7. Pension Markets in Focus. 2013. 64 p. Available at: www.oecd.org/daf/pensions/pensionmarket.

УДК 336.717.71

ПАЛАМАРЧУК Ю.С., магістрантка

Науковий керівник – **АРТІМОНОВА І.В.**, канд. екон. наук

Білоцерківський національний аграрний університет

ОСОБЛИВОСТІ БАНКІВСЬКОЇ ДІЯЛЬНОСТІ НА РИНКУ ЦІННИХ ПАПЕРІВ

Розглянуто діяльність банку як унікального суб'єкту господарської діяльності; як банк вкладає частину своїх ресурсів у цінні папери з метою диверсифікації активних операцій, зменшення ризику та забезпечення додаткових джерел доходу.

Ключові слова: вільні фінанси, кредити, цінні папери, державні облігації, фінансовий ринок.

Сьогодні в Україні активно відбувається процес формування ринку цінних паперів, серед основних учасників, які діють на ньому та безпосередньо впливають на його функціонування, важ-

ливе місце займають банки. Як відомо, банк – це кредитно-фінансова установа, в якій зосереджуються тимчасово вільні фінанси (грошові вклади), надає їх у строкове користування у формі кредитів та стає посередником у взаємних виплатах, включаючи випуск (емісію) нових грошей [1].

Ці установи забезпечують виконання таких фундаментальних функцій:

- 1) посередництво у розрахунках;
- 2) депозитна функція;
- 3) кредитна функція.

Перераховані вище функції у комплексі не притаманні іншим фінансовим інститутам, що робить банки унікальним суб'єктом господарської діяльності в своїй сфері.

Забезпечуючи виконання основних функцій, банк зіштовхується з певними проблемами, вирішити які певною мірою можливо й за рахунок діяльності на ринку цінних паперів. Саме це є одним із спонукальних мотивів придбання цінних паперів банківськими установами. Для порівняння інші учасники ринку переслідують в більшості одну ціль. Зокрема, інститути спільного інвестування – прибуткове розміщення грошових ресурсів клієнтів у цінні папери, пенсійні фонди – генерування коштів за рахунок доходів від цінних паперів для здійснення пенсійних виплат тощо. Здійснюючи розрахункові операції, банк залучає значну частину короткострокових коштів, які є нестабільні та високомобільні. Вкладення даних ресурсів на довгий термін може призвести до труднощів з ліквідністю балансу, а тому банк змушений зберігати частину ресурсів в касі і на кореспондентському рахунку в Центральному банку й в інших комерційних банках. Такі вкладення не приносять доходів, а тому раціональніше буде їх використовувати, інвестуючи ресурси у ліквідні короткострокові цінні папери, які в будь-який час можна перетворити на грошові кошти. Дані цінні папери повинні мати такі ознаки: 1) активно обертатися на ринку з тим, щоб їх легко було реалізувати; 2) коливання цін на дані інструменти повинні бути мінімальні, щоб вони могли бути продані в будь-який момент без збитків; 3) незначний ризик непогашення емітентом, щоб його не брало до уваги. До таких фінансових інструментів найкраще підходять державні боргові цінні папери. Купуючи дані цінності, банк створює вторинний резерв ліквідності на відміну від первинного, який складають кошти в касі та на кореспондентських рахунках [2]. Враховуючи обмеженість ліквідних цінних паперів на українському ринку, банки України можуть формувати вторинний резерв лише за рахунок короткострокових державних облігацій, які можна продати на вторинному ринку, а також отримати рефінансування від Національного банку України під заставу цих інструментів.

Найголовнішою функцією банків є кредитна. Надаючи позики суб'єктам підприємницької діяльності, банківські установи використовують, в основному, довгострокові ресурси, але акцентування уваги лише на цьому напрямку діяльності збільшує ризик непогашення кредитів, що особливо є актуальним для сучасного стану реального сектора в українській економіці. Тому банк вкладає частину своїх ресурсів у цінні папери з метою диверсифікації активних операцій, зменшення ризику та забезпечення додаткових джерел доходу. Ці вкладення на довгий термін з метою отримання доходу утворюють так званий «буфер» між низькоризикованими інструментами вторинного резерву та високоризикованими кредитами. Інвестування коштів у цінні папери має певні відмінності в порівнянні з кредитними операціями, що, в першу чергу, викликано неможливістю активно впливати на діяльність емітента, окрім випадку володіння контрольним пакетом акцій. Надання ж кредиту – це процес активної взаємодії позичальника та кредитора, за якої банк має можливість контролювати ефективність використання позичених коштів. Разом з тим, інвестиційні операції мають ряд переваг [3, с. 36]: 1) зменшення ризиків за рахунок збільшення спектру операцій; 2) використання методу географічної диверсифікації; 3) розширення джерел генерування доходів; 4) вища ліквідність, ніж у кредитних операцій, через можливість продажу цінних паперів у будь-який момент на фондовому ринку; 5) посилення впливу на клієнтів, коли банк володіє значним пакетом акцій емітента; 6) збільшення клієнтської бази в зв'язку з наданням ширшого спектру послуг, що стосуються операцій з цінними паперами. В Україні потенційно можна досягнути значного зростання ефективності діяльності комерційного банку за рахунок суміщення його традиційної діяльності з операціями на ринку цінних паперів.

Зазначимо, що універсальність діяльності, а саме, відсутність законодавчого розмежування банківської діяльності на комерційну (залучення депозитів та видача кредитів) та інвестиційну (операції з цінними паперами), є важливою специфічною рисою банків у порівнянні з іншими учасниками ринку цінних паперів. Поєднувати ці операції, окрім банків, не має можливості жодна фінансово-кредитна установа. Така ситуація обумовлена світовими тенденціями зміни організації ринку цінних паперів.

Сьогодні у національних фінансових системах залежно від ролі банків на ринку цінних паперів умовно виділяють дві моделі організації ринку цінних паперів: банківську (європейську) та небанківську (американську). Основною їх відмінністю є розмежування діяльності комерційних банків з інвестиційною діяльністю, яка характерна для небанківської моделі. Тобто, небанківська – це модель, яка лімітує діяльність комерційних банків на ринку корпоративних цінних паперів шляхом розмежування їх кредитних та інвестиційних функцій.

Отже, діє розподіл банків на комерційні та інвестиційні. Зокрема, інвестиційні банки займаються переважно діяльністю, пов'язаною з цінними паперами (андерайтинг, брокерсько-дилерська діяльність, консалтинг з приводу здійснення інвестицій, а також щодо проведення злиттів та поглинань, приватних розміщень та корпоративних реструктуризацій). Інвестиційні банки, як правило, не приймають депозити та не надають позик населенню. Цією діяльністю в країнах з небанківською моделлю ринку цінних паперів займаються комерційні банки.

Характеристика складу банківських операцій з цінними паперами дозволяє визначити специфічність банківських установ у порівнянні з іншими учасниками ринку, що полягає у відсутності на фондовому ринку інститутів, які можуть здійснювати такий широкий спектр операцій з цінними паперами. По-перше, депозитарні операції можуть здійснювати лише торговці цінними паперами та банки. По-друге, ведення реєстрів власників іменних цінних паперів для реєстратора є особливим видом його діяльності, який не поєднується з іншими видами діяльності, окрім депозитарної. Лише банки здійснюють даний вид діяльності у поєднанні з іншими операціями на ринку цінних паперів шляхом створення відокремленого підрозділу. По-третє, здійснення діяльності торговців цінними паперами (крім банків) є виключним видом діяльності [4,5]. Ще однією специфічною рисою банківських установ України, що відрізняють їх від решти інститутів ринку цінних паперів, є мінімальний розмір статутного капіталу, який регламентується законодавчими актами України. Так, банкам, які функціонують на всій території України для здійснення операцій на фінансовому ринку необхідно мати статутний капітал в розмірі не менше 120 млн. грн. Для порівняння, торговець цінними паперами може займатись дилерською діяльністю у тому випадку, коли він має сплачений готівкою статутний капітал, який становить не менше 500 тисяч гривень, брокерську діяльність – не менше 1 млн грн, андеррайтинг або діяльність з управління цінними паперами – не менше 7 млн грн [6]. Отже, «чисті» торговці цінними паперами мають значну перевагу щодо швидкості доступу на ринок цінних паперів.

Наступною особливістю, а водночас, і перевагою банківських інститутів, є законодавче регулювання діяльності фінансово-кредитних установ, які є учасниками ринку цінних паперів. Банківська діяльність є найбільш нормативно врегульована – Закон України «Про банки і банківську діяльність» був прийнятий ще у 1991 році. Крім того, існує значна кількість нормативних документів Національного банку України (НБУ), що чітко визначає діяльність банківських установ. Для порівняння, базовий закон щодо діяльності інститутів спільного інвестування ухвалений лише у 2001 році. Закон України «Про недержавне пенсійне забезпечення» набрав чинності лише у 2004 р., що дозволило банківським установам України значно розширити обсяги операцій з цінними паперами в порівнянні з іншими інститутами.

Зазначимо, що специфіка діяльності українських банків проявляється й при здійсненні операцій з державними цінними паперами – банки є основними учасниками даного ринку, оскільки лише вони мають право купувати державні облігації на первинному ринку, що дає змогу отримувати прибутки при їх продажу іншим суб'єктам ринку цінних паперів. В Україні створено інститут банків первинних дилерів на основі постанови Кабінету Міністрів України «Про запровадження інституту первинних дилерів на ринку державних цінних паперів» від 14.04.2009 № 363. Крім того, виключно банківські установи можуть отримати рефінансування від Національного банку України

під заставу державних боргових зобов'язань та деяких корпоративних облігацій для підтримки своєї ліквідності. Особливістю банків як суб'єктів фондового ринку є також значно ширші можливості у порівнянні з іншими учасниками ринку щодо розширення клієнтської бази. Суб'єктам ринку, які стали клієнтами банку при залученні депозитів та при видачі кредитів, можуть бути запропоновані послуги щодо операцій з цінними паперами. Водночас, лише банки можуть укласти угоди з валютними деривативами.

Отже, банківським установам України притаманні специфічні риси в порівнянні з іншими фінансово-кредитними установами, що дозволяють банкам утверджуватися на ринку цінних паперів в якості провідних учасників. Операції з цінними паперами диверсифікують діяльність банку, забезпечують оптимізацію прибутків та покращують конкурентне становище на фінансовому ринку, який розвивається швидкими темпами.

1. Банківські операції: підручник / за ред. О.В. Дзюблюка. Тернопіль: «Економічна думка», 2009. 696 с.
2. Деревко Ю. Інвестиційні банки: вплив на формування змішаної моделі ринку цінних паперів в Україні. Банківська справа. 2008. № 1. С. 90–93.
3. Луців Б.Л. Банківська діяльність у сфері інвестицій. Тернопіль: Економічна думка, Карт-Бланш, 2001. 320 с.
4. Ходаківська В.П., Данілов О.Д. Ринок фінансових послуг: навч. посіб. Ірпінь: Академія ДПС України, 2001. 501 с.
5. Михальчишина Л.Г. Стратегія вдосконалення ринку цінних паперів в Україні. Наук. вісн. Національного університету біоресурсів і природокористування України. Серія «Економіка, аграрний менеджмент, бізнес». 2016. Вип. 249. С. 306–314.
6. Кириченко О. Діяльність інвестиційних банків України: проблеми та перспективи розвитку. Банківська справа. 2014. № 2. С. 57–72.

УДК 336.146:658.155

ПРИБІТЬКО М.В., магістрант

Науковий керівник – **ВАРЧЕНКО О.М.**, д-р екон. наук

Білоцерківський національний аграрний університет

ЕКОНОМІЧНИЙ ЗМІСТ ПОНЯТТЯ «ФІНАНСОВА СТІЙКІСТЬ» ПІДПРИЄМСТВА

Визначена сутність поняття «фінансова стійкість» підприємства. Проаналізовано процес виробничо-господарської діяльності при ефективному використанні грошових коштів та своєчасне виявлення недоліків діяльності підприємства.

Ключові слова: «проблемні» компанії, фінансовий стан, банкрутство, дефолт, фінансові ресурси.

Досліджуючи поняття фінансової стійкості слід зауважити, то більшістю науковців зазначають такий стан фінансових ресурсів підприємства, при якому воно вільно маневруючи грошовими коштами, здатне шляхом ефективного їх використання забезпечити безперервний процес виробничо-господарської діяльності, а також затрати на його розширення і оновлення. Слушною у даному розумінні є думка І. Бланка, який зазначає, що аналіз фінансової стійкості дозволяє визначити фінансові можливості підприємства [1]. Саме тому своєчасне виявлення недоліків діяльності підприємства і попередження його банкрутства є важливим аспектом діяльності кожного підприємства і підтверджує доцільність подальших досліджень в цьому напрямі.

Актуальність даного питання полягає в тому, що перевірка фінансового стану стає підґрунтям для віднайдення «болючих точок» у діяльності підприємства і, шляхом ефективного використання фінансових ресурсів, досягненню максимально можливих результатів його діяльності.

Узагальнюючи результати досліджень вітчизняних та зарубіжних науковців в області аналізу фінансової стійкості дозволили встановити, що єдиного підходу до її визначення до нині не сформувалося. Більшість досліджень, незалежно від використовуваного інструментарію, будується на зіставленні показників проблемних і відносно фінансово «здорових» підприємств. Водночас питання про те, які підприємства автори розглядають під «благополучними», а які – під «проблемними», у багатьох роботах або згадується побіжно, або залишається без реагування. Ця особливість досліджень з аналізу фінансової стійкості реального сектора вперше була відзначена в роботі [2]. Разом з тим від того, наскільки точно визначено критерій «проблемності», які його сильні і слабкі сторони і наскільки вірно розподілені відповідно до нього підприємства, багато в чому залежить якість оцінок моделі фінансової стійкості і висновків на її основі. Наприклад, часто як джерела фінансових труднощів, так і масштаби негативних наслідків у разі їх виникнення істотно залежать від тривалості «проблемного періоду», в якому знаходиться компанія (стадія банкрутства, термін несплати заборгованості та ін.).

Згідно з науковою працею [3], в більшості існуючих досліджень під «проблемними» розуміються компанії, які за рішенням суду визнані банкрутами. У ряді робіт з аналізу фінансової стійкості, у рамках яких моделюється подія банкрутства, автори розробляють власний критерій «проблемності», що базується на характеристиках компанії (кількість працівників, річний оборот та ін.), а також стадії процедури банкрутства. Так, наприклад, в роботі [4] досліджуються компанії на стадії конкурсного виробництва, ліквідації або припинення виробництва, чисельність працівників, у яких становить не менше 100 чоловік. Найбільш поширеними альтернативними по відношенню до банкрутства варіантами ідентифікації проблемності компаній є наявність дефолту хоча б по одному із її зобов'язань, а також фактична ліквідація.

Зазначимо, що у наукових працях зарубіжних дослідників несприятлива подія для компанії описується терміном «firm's failure», під яким одні автори розуміють банкрутство, інші – дефолт, треті – ліквідацію компанії або альтернативні індикатори, що вказують на можливий вихід компанії з ринку у недалекій перспективі.

Трактування «несприятливої події» як дефолту за зобов'язаннями є багатогранним. У широкому розумінні поняття «дефолт» характеризує неспроможність компанії розрахуватися за своїми зобов'язаннями. Однак нездатність виконати одну або кілька зобов'язань може як свідчити, а також й не свідчити про наявність у підприємства серйозних фінансових проблем. Наприклад, в разі, реалізації валютного ризику в силу різкої зміни курсу валюти в конкретний момент у підприємства може не виявитися коштів для виплати боргу відповідно до умов договору, внаслідок чого для неї настане технічний дефолт. Однак, в разі, якщо курсовий шок має короткостроковий характер, в умовах корекції валютного курсу вже в наступному періоді ситуація може виправитися і повернути компанію в стан платоспроможності. У даному випадку підприємство лише зазнає втрату зв'язку з необхідністю виплатити пеню, однак залишиться на ринку. В іншому випадку – якщо шок буде зумовлений фундаментальними, а не тимчасовими факторами, в результаті чого призведе до коригування рівноважного рівня валютного курсу, то підприємство не зможе у відносно короткий термін пристосувати до нової реальності свою структуру витрат, і технічний дефолт може перерости в неплатоспроможність підприємства, а згодом – привести до його ліквідації. Подібні наслідки може викликати також серія технічних дефолтів. У разі неплатоспроможності підприємства йому оголошується дефолт за зобов'язаннями, наслідком якого є процедура банкрутства.

З набуттям чинності Кодексу з процедур банкрутства в Україні для початку процедури банкрутства потрібно звернутися до господарського суду й надати йому докази неможливості сплати боржника, які суд зобов'язаний розглянути і провести власне розслідування. До того ж питання доведення та встановлення відповідних ознак неплатоспроможності боржника у цьому документі відсутні на відміну від Закону.

Ще одним, досить важливим нововведенням, є встановлення безумовного права господарських судів будь-якої інстанції на закриття провадження у справі про банкрутство, у випадку не встановлення ознак неплатоспроможності боржника (п. 8 ч. 1 ст. 90 КзПБ), що, в свою чергу, значно збільшує повноваження господарських судів вищих інстанцій [5].

Іншою проблемою, з якою доводиться стикатися при дослідженні фінансових показників підприємств-банкрутів, є те, що часто неможливо виділити з вибірки підприємства, банкрутство яких є фіктивним або навмисним. Дана відмінність безпосередньо впливає на склад факторів виходу підприємства з ринку і може спотворювати оцінки моделі фінансової стійкості, а також характеристики її якості. Останнє означає, що навіть за умови правильно підібраних факторів проблемності кількість помилок класифікації підприємств за допомогою моделі на «благополучні» і «проблемні» може бути великою.

Отже, фінансова стійкість – це досить складна, інтегрована, за багатьма показниками, характеристика якості його діяльності підприємства, яка формується під впливом численних факторів, є мінливою, регламентується законодавством, що ускладнює процес її дослідження та розробку інструментарію підвищення.

Фінансову стійкість підприємства можливо зазначити як міру забезпеченості підприємства необхідними фінансовими ресурсами і рівень раціональності їх розміщення для здійснення ефективної господарської діяльності та своєчасного повернення грошових розрахунків згідно своїх зобов'язань.

1. Бланк, И.А. Финансовый менеджмент: учебное пособие, К. : Ника-Центр, 2003. 528 с.
2. Karels, G.V. and Prakash, A.J. Multivariate normality and forecasting of business bankruptcy. *Journal of Business Finance and Accounting*. 1987. №14(4), pp. 573–595.
3. Bellovary J., Giacominio D., Akers M. A Review of Bankruptcy Prediction Studies: 1930 to Present. *Journal of Financial Education*. 2007. Vol. 33, pp. 1–42.
4. Bunn P. Company accounts based modelling of business failures and the implications for financial stability. *Financial Stability Review*. 2003, pp. 143–150.
5. Кодекс України з процедур банкрутства. Відомості Верховної Ради (ВВР), 2019, № 19, ст.74. URL: <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/2597-19>.

УДК 336.25:005.21

РЯБІНІНА О.В., магістрантка

Науковий керівник – **АРТІМОНОВА І.В.**, канд. екон. наук

Білоцерківський національний аграрний університет

ОСНОВНІ ПРИНЦИПИ СТРАТЕГІЧНОГО УПРАВЛІННЯ ДОХОДАМИ ПІДПРИЄМСТВА

Розглянуто основні положення управління доходами на підприємстві, контроль за реалізацією продукції та рівнем доходу, шляхи забезпечення покриття всіх поточних витрат.

Ключові слова: прибуток, розподіл доходів, довгостроковий розвиток підприємства.

У нинішніх ринкових умовах підґрунтям для зміни усієї системи управління підприємством, у тому числі й формування і використання доходів, може стати цілеорієнтованість на стратегічну перспективу. Управління доходами на підприємстві, в першу чергу, має ґрунтуватись на основних положеннях теорії стратегічного управління. Поява цієї теорії пов'язана з 1971 р., коли у Пітсбурзі (США) було проведено першу розширену міжнародну конференцію з питань стратегічного управління, а також визначено його основні положення та напрями розвитку [1, с. 26].

Застосування даної теорії в управлінні прибутками дасть змогу враховувати взаємозв'язок і взаємовплив зовнішнього та внутрішнього середовища при визначенні та реалізації цілей довгострокової господарської діяльності підприємства.

Згідно теорії, у ході управління довгостроковим розвитком підприємства потрібно залучати не лише робітників найвищої ланки, а також менеджерів середньої ланки, до того ж ще й спеціалістів (маркетолог, фінансист, економіст тощо).

Беручи до уваги вищезазначені принципи, які були досліджені засновниками даної теорії [2, 3], варто зауважити на основних положеннях під час управління підприємницькими доходами.

До того ж, за обґрунтування основних принципів управління прибутками підприємства варто взяти до уваги досить важливий поділ управління доходами на управління із прямим й зворотнім зв'язком. В даному випадку управління доходами зі зворотним зв'язком має на меті контролювання реалізації продукції та рівень доходу, який досягається порівняно з необхідним, а також здійснення будь-яких коригувальних дій у випадку відхилення, за потреби.

Метою даного управління є запровадження контролю до того, як виникнуть будь-які відхилення від необхідної величини доходів [4].

Найбільш поширеними підходами до управління доходами підприємства є підходи з позиції максимізації їх обсягу або рівня. Але сам по собі показник обсягу (або рівня) доходів не характеризує кінцеву ефективність господарської діяльності підприємства, а визначає лише певні умови, за яких ця ефективність може бути досягнута. Так, за будь-якого високого фактичного обсягу або рівня доходу підприємства його поточні витрати можуть бути ще більшими, що призведе до формування від'ємного показника прибутку. Отже, максимізація доходів як головна мета стратегічного управління ними не може визначатись як критерій високої ефективності цього управління.

Управління доходами з позиції забезпечення покриття всіх поточних витрат, пов'язаних з господарською діяльністю підприємства, і максимізація суми його прибутку теж підлягає критиці, тому що максимізація прибутку, як мета управління доходами підприємства, може не співпадати із загальними стратегічними цілями його розвитку. Так, якщо підприємство планує вихід на нові ринки, то в цьому випадку слід забути про максимальні розміри прибутку, оскільки ці різноорієнтовані цілі не можуть стикуватися на реальному ринку. Управління доходами з позиції забезпечення зростання його ринкової вартості є широким, через те, що зростання ринкової вартості підприємства забезпечується не тільки обсягом або рівнем його доходів, а й іншими результатами його господарської діяльності [5].

Отже, у процесі стратегічного управління доходами мета отримання прибутку є найбільш глибокою за впливом на забезпечення ефективного розвитку підприємства. Втім, основним орієнтиром в управлінні має бути не максимальний прибуток, а забезпечення досягнення цільового його розміру. У цьому випадку процес управління формуванням і розподілом доходів підприємства завжди буде узгоджений із загальними стратегічними цілями розвитку.

Узагальнюючи основні принципи управління доходами підприємств, встановлено, що основою для позитивних змін усієї системи управління прибутком може стати лише його направленість на стратегічну перспективу. Основною метою управління доходом має бути орієнтація на збільшення прибутку, але не на його максимізацію, а на досягнення певного цільового розміру, узгодженого із загальними стратегічними цілями розвитку підприємства.

При прийнятті управлінських рішень варто враховувати вплив внутрішніх та зовнішніх чинників. До внутрішніх чинників належать: обсяг виробництва та продажу продукції (товарів, робіт, послуг); ціна та асортимент продукції, що реалізується; якість та конкурентоспроможність продукції підприємства; наявність вкладень у фінансові активи; операції з основними засобами та нематеріальними активами (продаж, здача в оренду); маркетингова політика підприємства; інвестиційна політика підприємства; наявність банківських рахунків в іноземній валюті та операції з нею; обсяги виробничих запасів та частка їх споживання у виробничому процесі; експортний потенціал; наявність інновацій.

Управління доходами підприємства з врахуванням впливу зовнішніх чинників варто проводити за наступними напрямками: пошук та вибір джерел інформації; вибір методів проведення аналізу; визначення сукупності зовнішніх чинників впливу на доходи підприємства; визначення тих чинників, які найбільше справляють вплив на доходи підприємства та оцінка їх кількісного впливу; створення окремих моделей зміни доходу під впливом зовнішніх факторів; визначення основних ризиків зменшення планового розміру доходу; розробка управлінських рішень, щодо збільшення доходів.

Очевидно, що розробка управлінських рішень, щодо збільшення доходів підприємства залежить від специфіки діяльності підприємства, його конкурентоспроможності та географічного розташування. Саме зазначенні чинники також формують певну низку рішень у процесі стратегічного управління доходами господарюючих суб'єктів.

1. Шершньова З.Є., Оборська С.В. Стратегічне управління: навч. посібник. К.: КНЕУ, 1999. 384 с.
2. Ансофф И. Новая корпоративная стратегия. СПб.: Питер Ком, 1999. 416 с.
3. Шмиголь Н.М. Принципи управління доходами в діяльності організації. Науковий збірник Прикарпатського національного університету «Актуальні проблеми розвитку економіки регіону». Івано-Франківськ, 2010. Вип. 6. Т. 1. С. 166–170.
4. Тридід О.М. Принципи та підходи до управління доходами підприємств. БізнесІнформ. 2012. № 9. С.209–211.
5. Пастухова В. Стратегічне управління: монографія. К.: КНТЕУ, 2003. 342 с.

УДК 658.153.2

СТАРИНКО Т.В., магістрантка

Науковий керівник – **ТКАЧЕНКО К.В.**, канд. екон. наук
Білоцерківський національний аграрний університет

НАПРЯМИ УДОСКОНАЛЕННЯ НОРМАТИВНИХ АСПЕКТІВ СИСТЕМИ УПРАВЛІННЯ ОБОРОТНИМИ АКТИВАМИ ПІДПРИЄМСТВА

Проаналізовано облік грошових коштів та інших оборотних активів, призначених для реалізації протягом операційного циклу; оцінка оборотних активів за стандартами бухгалтерського обліку.

Ключові слова: детермінована вартість, дохід, ризик, ліквідність, собівартість.

Реальна практика функціонування суб'єктів господарювання переконує, що достовірність та повноту обліку оборотних активів можливо забезпечити при наявності методів контролю, пристосованих до потреб вітчизняного ринку як на підприємстві, так і у державі. Тому дане питання вдосконалення нормативно-правового регулювання обліку оборотних активів підприємств є нагальним завданням щодо виконання державою регулюючої і контролюючої функцій.

Однією з головних проблем обліку активів, яка потребує вирішення – розділення об'єктів до оборотних чи необоротних. Відповідно до значення оборотних активів в П(С)БО 2: «Оборотні активи – грошові кошти та їх еквіваленти, що не обмежені у використанні, а також інші активи, призначені для реалізації чи споживання протягом операційного циклу чи протягом дванадцяти місяців з дати балансу» [1].

Зазначимо, що найбільш повне визначення активам запропоновано І.А. Бланком, який вважає, що активи підприємства підконтрольні економічним ресурсам, які створені з допомогою інвестованого капіталу. Основною їх характеристикою є детермінована вартість, продуктивність, та уміння продукувати дохід, постійний обіг якого, при використанні, зв'язаний з фактором часу, ризику і ліквідності [2, с. 19-20].

Окрім цього є проблема щодо складу МШП. Згідно п. 6 П(С)БО 9 для потреб бухгалтерського обліку запаси включають МШП, які використовуються не більше року або звичайного операційного циклу, якщо він триватиме більше року. Так, П(С)БО 9 «Запаси» не містить переліку МШП, тому підприємства самостійно формують і зазначають у наказі про облікову політику склад МШП [3].

Оцінка оборотних активів, що надходять, відбувається, опираючись на історичну собівартість, яка передбачає підрахунок всіх витрат на виробництво та придбання. Під час вибуття Національними положеннями (стандартами) бухгалтерського обліку сформовано 5 методів оцінки: ідентифікованої собівартості, середньозваженої собівартості, собівартості перших за часом надходження запасів, нормативних затрат, ціни продажу. Кожен із зазначених методів свої як переваги, так і недоліки, що обумовлює їх застосування підприємствами залежно від поставленої

мети. У нормативно-правовій базі України щодо понять, пов'язаних із оборотними активами та їх обліку також наявні певні суперечності.

Це ускладнює розвиток методичних підходів до розробки методик обліку запасів, дебіторської заборгованості, грошових коштів, поточних фінансових інвестицій.

Основним нашим завданням є проведення аналізу законодавчої бази з регулювання процесів обліку оборотних активів підприємств та розробка рекомендацій щодо усунення існуючих недоліків.

Вивчення чинного законодавства свідчить про те, що на сьогодні в нормативній базі України велика кількість суперечностей у визначенні тих чи інших термінів та означень.

Так, наприклад, у Господарському Кодексі України наявне визначення, що оборотними засобами є сировина, матеріали, паливо, малоцінні предмети та предмети, що швидко зношуються, інше майно виробничого та невиробничого призначення [4, ст. 139, п. 4]. Але це визначення потребує уточнень, оскільки в зазначеному визначенні зазначено лише складові оборотних фондів підприємства, а фонди обігу не виділяються. До того ж, не є зрозумілим чи мова йде про всі складові оборотних активів, чи лише про їх частину. Якщо йдеться про всі складові, то в тут не знайшли відображення поточні фінансові інвестиції, поточна дебіторська заборгованість, грошові кошти.

В Законі України «Про оренду державного та комунального майна» використовується поняття «оборотні матеріальні засоби» [5, ст. 4], однак, визначення цього терміну не подається.

Варто зауважити, що під оборотними матеріальними засобами доцільно розуміти частину оборотних активів, які мають матеріально-речову форму. Тобто йдеться про оборотні матеріальні активи, до складу яких входять виробничі запаси, незавершене виробництво, готова продукція, товари, облік яких ведеться на відповідних рахунках.

У наказі Головного управління Державного казначейства України Міністерства економіки України «Про затвердження Порядку дооцінки матеріальних запасів, малоцінних і швидкозношуваних предметів бюджетних установ» [6] вживається термін «матеріальні запаси». Означення даного терміну також не описано, і воно є таким, яке можна розуміти двояко. В одному значення – це запаси матеріалів, в іншому – це запаси, які мають матеріальну форму. Другий варіант визначення є тотожним терміну «оборотні матеріальні засоби».

Для уникнення таких неспівпадів варто у законодавчих актах ввести єдиний підхід до цього терміну та його визначення.

У Постанові Кабінету Міністрів України «Про внесення змін до Методики оцінки вартості об'єктів оренди» [7, п. 14] застосовуються такі означення як необоротні та оборотні засоби, а також оборотні матеріальні засоби. Зазначимо, що належність майна до тієї чи іншої складової, згідно нормативним актом, потрібно визначати беручи за основу з П(С)БО 7 «Основні засоби», П(С)БО 8 «Нематеріальні активи», П(С)БО 9 «Запаси», П(С)БО 12 «Фінансові інвестиції». Однак у П(С)БО дані поняття не наведені, через що виникає потреба формування єдиного підходу до використання відповідних категорій їх визначень та оцінки.

Різноманітність розуміння поняття оборотних активів підприємства використовуються у положенні «Про порядок здійснення аналізу фінансового стану підприємств, що підлягають приватизації» [8]. Цими термінами є – оборотний капітал, оборотні активи, найбільш ліквідні оборотні засоби (грошові засоби та їх еквіваленти, поточні фінансові інвестиції та дебіторської заборгованість), власні оборотні засоби, чистий оборотний капітал. У нормативній документації визначення зазначених термінів не подається, тому для уникнення неузгодженостей, в зазначеному акті рекомендується систематизувати дані терміни і дати їм означення.

Отже, існуючі протиріччя у законодавстві України вимагають внесення уточнень у напрямі удосконалення управління оборотними активами підприємств та одномоментного їх врегулювання за рахунок формування єдиного прийому їх використання деяких понять та їх означень.

1. Про затвердження Положення (стандарту) бухгалтерського обліку. Наказ Міністерства фінансів України від 14.06.2000 р. № 131.
2. Бланк И.А. Управление активами. К.: «Ника-Центр», 2000. 720 с.

3. Про затвердження Положення (стандарту) бухгалтерського обліку. Наказ Міністерства фінансів України від 20.10.99 р. № 246.
4. Господарський кодекс України прийнятий 16.01.2003 р. № 436-IV.
5. Про оренду державного та комунального майна: Закон України від 10.04.1992 р. № 2269–XII зі змінами та доповненнями.
6. Про затвердження Порядку дооцінки матеріальних запасів, малоцінних і швидкозношуваних предметів бюджетних установ: Наказ Головного управління Державного казначейства України, Міністерства економіки України від 2.12.1997 р. №127/13 8.
7. Про внесення змін до Методики оцінки вартості об'єктів оренди: Постанова Кабінету Міністрів України від 2 січня 2003 р. № 3.
8. Про порядок здійснення аналізу фінансового стану підприємств, що підлягають приватизації: Наказ Міністерства фінансів України та Фонда державного майна України від 26.01.2001 р. № 49/121.

УДК 339.187.44

КОТЕНКО В.А., магістрант

Науковий керівник – **ЗАДОРЖНА Р.П.**, канд. екон. наук

Білоцерківський національний аграрний університет

ОСОБЛИВОСТІ РОЗВИТКУ ФРАНЧАЙЗИНГОВОЇ ФОРМИ ВЕДЕННЯ ПІДПРИЄМНИЦЬКОЇ ДІЯЛЬНОСТІ

Одним із найдієвіших способів підвищення бізнесових потужностей є франчайзинг, сутність якого полягає у переданні однією фірмою (франчайзером) іншій (франчайзі) за визначену плату права на користування пакетом послуг.

Ключові слова: франчайзери, управлінські рішення, підприємницька діяльність, вивчення ринку, інноваційна діяльність, економічна стійкість, ризику.

Встановлено, що популярність франчайзингу в нашій державі пов'язана із великою кількістю переваг його використання як для франчайзі, так і для франчайзера.

Одержання додаткового прибутку за мінімальних затрат шляхом поступок прав на використання товарного знаку, фірмового стилю, об'єктів інтелектуальної власності та комерційної інформації; забезпечення гарантій отримання стабільного додаткового доходу у вигляді періодичних платежів, оскільки франчайзі як самостійна юридична особа має інтерес у процвітанні свого підприємства, просування на ринку товарів (послуг), товарного знаку і самої компанії за рахунок франчайзі; посилення контролю на ринку; здійснення територіального розподілу ринку з метою обмеження конкуренції між франчайзі без порушення норм антимонопольного законодавства; розширення досвіду ведення бізнесу і вивчення ринку на основі зворотного потоку інформації від франчайзі.

Переваги для франчайзі формуються за рахунок:

- використання, згідно Закону, товарного знаку чи торгової марки відомої компанії;
- доступу до розробленої технології ведення бізнесу;
- постійної фінансової, консультативної технічної та підтримки, як на початку створення бізнесу, так і в процесі його діяльності;
- доступу до гарантованої системи поставок;
- збереження юридичної та економічної самостійності, а також можливість самостійності у прийнятті управлінських рішень;
- економії коштів і часу на рекламі, навчанні, маркетингових дослідженнях, розробці та реєстрації власного товарного знаку та торгової марки, опрацюванні технології ведення бізнесу та на веденні переговорів й пошуку потенційних партнерів;

– придбання певного рівня захисту від конкурентів на території дії франчайзингової угоди, підняття статусу та нові можливості для ведення бізнесу;

– полегшення доступу до кредитних ресурсів, франчайзер може бути гарантом у кредитних відносинах, окрім того, фінансово-кредитні установи лояльніше відносяться до кредитування франчайзі міжнародних компаній, часто надаючи їм фінансові ресурси на пільгових умовах.

Вищеперелічені переваги формують економічну стійкість цієї форми підприємницької діяльності. Так, зі всіх нових фірм у світі – 85%, проіснувавши не більше п'яти років, зупиняють свою діяльність, а ті, які працюють за франчайзинговою схемою – лише 14%. [3].

Нині в Україні франчайзинг поширюється повільно, і цьому є свої причини, а саме: для франчайзингу – ускладнений процес розриву відносин із франчайзі, які не дотримуються умов договору; наявність перешкод у контролі якості товарів, що надаються франчайзі; негативний вплив неефективних франчайзі на імідж і ринкову репутацію торгової марки, виплата платежів із запізненням або їх недоплата; надання неповних або фальсифікованих звітів; ймовірність розголошення комерційної таємниці; для франчайзі: унеможливлення швидкого розриву франчайзингового договору, конкуренція з боку інших франчайзі і безпосередньо франчайзера (для невиключної франчизи); відсутність підтримки з боку франчайзера всупереч обумовленим в угоді зобов'язаннями; залежність від фінансової стабільності франчайзера; ризик переоцінки позитивності іміджу і перспективності торгівельної марки або товарного знака франчайзера тощо [5, 6, 17, 20].

Незважаючи на недоліки правового регулювання, договір франчайзингу поступово набуває все більшої популярності на території України, неузгодженістю правового регулювання франчайзингу є те, що у нашій державі даний вид договорів має назву «комерційна концесія».

Так, відповідно статті 1115 ЦКУ за договором комерційної концесії одна сторона (правовласник) зобов'язується надати іншій стороні (користувачеві), за плату право користування відповідно до її вимог комплексом належних цій стороні, прав для виготовлення та/або продажу певного виду товару та /або надання послуг. Саме через це виникає велика плутанина в терміології. В українському законодавстві сторони договору мають свою назву, зовсім різну від тієї, яка прийнята в міжнародній практиці: франчайзер називається правовласником, а франчайзі – користувачем.

Не дивлячись на те, що згідно договору франчайзингу надається у спадок цілий комплекс прав – від методів ведення бізнесу до комерційного досвіду та ділової репутації, основним предметом договору комерційної концесії, так би мовити її ядром, є право на використання об'єктів права інтелектуальної власності (торговельних марок, промислових зразків, винаходів, творів, комерційних таємниць тощо). Саме цим і пояснюється стрімкий розвиток франчайзингу в світі, а нині й в Україні: у результаті передачі комплексу прав за договором франчайзингу, франчайзі отримує вже готову бізнес-ідею, яку йому залишається тільки втілити на своїй території.

Більшість науковців пропонують використовувати «вітчизняну термінологію», принаймні для укладання внутрішніх договорів, хоча навіть за використання термінології франчайзингу, яку прийнято застосовувати у міжнародному обороті, українські суди трактують такі правовідносини як відносини комерційної концесії, отже проблем з тлумаченням в учасників таких правовідносин виникнути не повинно.

Іншою особливістю франчайзингу в Україні є те, що згідно частини 2 статті 1118 ЦКУ договір комерційної концесії підлягає обов'язковій державній реєстрації. При чому проводити таку реєстрацію повинен орган, який здійснив державну реєстрацію франчайзера. Якщо ж правовласник зареєстрований в іноземній державі, реєстрація договору комерційної концесії здійснюється органом, який здійснив державну реєстрацію користувача.

Проблема в тому, що порядок вищевказаної реєстрації й до тепер не схвалений і державні реєстратори відмовляють у такій реєстрації, мотивуючи це відсутністю повноважень для здійснення таких дій.

Одним із підходів до вирішення цієї неузгодженості є оформлення комплексу інших договорів замість одного договору франчайзингу: інвестиційного, ліцензійного, договору оренди, договору про надання консалтингових послуг тощо.

Розглядаючи особливості франчайзингу в Україні варто зауважити на специфіці оподаткування роялті на користь правовласника, а точніше віднесення роялті до валових витрат. Так, до складу витрат не входять роялті, виплачені на користь нерезидента, у обсязі перевищує 4% доходу від реалізації продукції за рік, що передує звітному і, в повному обсязі, роялті, виплачені на користь нерезидента, що має офшорний статус (ст. 140 ПКУ). Дану особливість варто враховувати українським франчайзі, при отриманні закордонні франшизи.

Отже, франчайзинг – це форма договірних відносин, оформлених франчайзинговою угодою та які виходять за межі простого ліцензування і передбачають тимчасову передачу права на використання об'єктом інтелектуальної власності, та який в той же час є об'єктом франчайзингового договору.

Основними різновидами франчайзингу є: за ступенем готовності продукції, яку отримує франчайзі для реалізації; за кількістю франчайзингових підприємств, якими володіє один франчайзі; за наявністю та роллю посередників між франчайзером та франчайзі; за місцем знаходження суб'єктів франчайзингових відносин; за правом франчайзі займатися іншими видами діяльності, окрім визначених угодою франчайзингу. Основною перевагою франчайзингу є популярність бренду та лояльність клієнтів, також до переваг можна віднести швидкий старт бізнесу, маркетингову та рекламну підтримку зі сторони франчайзі. Основним недоліком франчайзингу є висока вартість франшизи також потрібно дотримуватись чітких правил та стандартів, а також обмеження у веденні справ та особливості договорів які є більш вигідними для власників франшиз.

1. Ляшенко В. И. Развитие франчайзингового режима в Украине / В.И. Ляшенко // Вісник економічної думки України. 2013. № 1. С. 79–85.
2. Львова І. Франчайзинг в Україні / Львова І. К.: Все для бухгалтера в торгівлі. 2016. 245 с.
3. Сайт асоціації франчайзингу [Електронний ресурс]. Режим доступу: <http://www.franchising.org.ua/index.php?pageid=63>
4. Гудзь О. Договір франчайзингу: світовий досвід і перспективи розвитку в Україні / Гудзь О., Кохановська О. К. – К.: Людина і політика. 2014. 136 с.
5. Довгань В. Франчайзинг – путь к расширению бизнеса / Довгань В. М.: Дело, 2012. 229 с.
6. Лопушанський Т.В Правовий та економічний аспект розвитку франчайзингу в країнах ЄС та Україні / Лопушанський Т.В. – К.: Зовнішня торгівля: Право та Економіка. – 2017. – 415 с.
7. Сидоров Я. Франчайзинг – нова договірна форма здійснення бізнесової діяльності в Україні / Сидоров Я. – К.: Підприємництво, господарство і право. – 2015. – 241 с.
8. Проект Закону про франчайзинг: стаом на 29 травня 2017 р. [Електронний ресурс]. – Режим доступу:
9. http://franchisegroup.com.ua/news/proekt_zakona_o_franchajzinge

УДК 336.71

ШКЛЯР О.О., магістрантка

Науковий керівник – **КРИСАНОВ М.Ф.**, д-р екон. наук

Білоцерківський національний аграрний університет

ФОРМУВАННЯ КОМПЛЕКСНОЇ СИСТЕМИ ПОКАЗНИКІВ ОЦІНКИ ЕФЕКТИВНОСТІ БАНКІВСЬКОЇ ДІЯЛЬНОСТІ

Проаналізовано напрями банківської діяльності та сформована оцінка за допомогою збалансованої системи показників.

Ключові слова: фінансові та нефінансові показники, стратегічний розвиток, прогностична здатність, бізнес-процеси.

Необхідність формування системи показників аналізу результатів банківської діяльності повинна стати оцінка їх ефективності, яка дозволить здійснити врахування результативності окремих напрямів діяльності банку та визначити сукупну оцінку. Вирішення цієї задачі може бути здійснено у рамках формування збалансованої системи показників.

Зазначимо, що ідея формування оцінки ефективності банківської діяльності за допомогою збалансованої системи показників (далі ЗСП) ґрунтується на концепції управління за цілями (Management by Objectives), яка описана в 1954 р. П. Друкером. У своїх працях автор критикував концепції управління за завданнями та за правилами/інструкціями, на відміну від яких цільовий підхід повинен охоплює всю кредитну організацію. Отже, концепція управління за цілями це організований та систематизований підхід, який дозволяє керівництву сконцентруватися на стратегічних цілях [1; 2].

Зазначимо, що реалізація цієї концепції, у першу чергу, дозволяє виключити можливість конфлікту цільових орієнтирів. Однак, її слабкою стороною є механістичний характер процесів управління [3]. Зазначений недолік вирішує концепція управління за результатами [Performance management, РМ], у зв'язку із цим дані підходи часто використовуються менеджерами банків спільно як взаємодоповнюючі інструментами управління.

Очевидна недосконалість механізму управління за допомогою комплексу вищезазначених підходів зумовлено відсутністю «жорсткого направляючого каркаса» [4], при цьому стратегічне управління вимагає чіткої оцінки загальної ефективності діяльності банку, що стає можливим при переході до управління на основі ЗСП. Практика переконує, що збалансована система показників є схемою переведення загальної стратегії банку в терміни операційного процесу за допомогою відповідних індикативних точок – ключових показників ефективності [Key Performance Indicators, KPI] (далі - КПЕ), які пов'язують стратегію банку з його поточною діяльністю та, як наслідок, з вартісними факторами [5,6].

Однією з перших ЗСП є європейська концепція Tableau de Bord (переклад з фр. «Бортове табло») [7], що включає в себе фінансові та нефінансові показники, відповідальність за досягнення яких чітко визначена і розмежована між менеджерами банку і відповідними структурними підрозділами в логіці даної системи. При цьому особливістю цього підходу є те, що всі показники в ній традиційно діляться на дві групи: стратегічні показники - характеризують фактичні підсумки діяльності банку, спрямованої на досягнення цілей; діагностичні показники - дозволяють визначити динаміку процесу досягнення стратегічних цілей.

Пізніше ідея ЗСП була удосконалена командою Гарвардської бізнес-школи під керуванням Роберта Каплана і директором Інституту Нолана Нортон [Nolan Norton Institute] Д. Нортон. BSC є найбільш відомою ЗСП, її принциповою відмінністю від Tableau de Bord є наявність жорсткої угруповання показників за попередньо визначеним перспективам.

Ми поділяємо думку науковців, які до позитивів впровадження ЗСП у практику управління бізнесових структур, відносять наступні переваги: ключові показники діяльності банку групуються за різними напрямками діяльності, при цьому всі вони узгоджені і не суперечать один одному; кількісні характеристики доповнені не фінансовими показниками та якісними індикаторами; інтереси керівництва переміщені зі сфери традиційного управління, зосередженого на максимізації фінансових показників в поточному періоді, в область стратегічного розвитку

Водночас, як вітчизняні, так й зарубіжні науковці виділяють наступні техніки недоліки збалансованої системи показників: відсутність механізму прийняття рішень з відбору альтернативних варіантів, а також визначення ступеня впливу окремих показників на показники більш високого рівня; відсутність оцінки невизначеності та ризиків при розробці довгострокових показників в рамках реалізації стратегії банку; відсутність алгоритму формалізації показників, що носять якісний характер; невідповідність критеріям виміральної системи і, отже, відсутність прогностичної здатності; недостатня здатність виявляти явні причинно-наслідкові зв'язки між окремими бізнес-процесами і вартістю кредитної організації.

Отже, комплексна оцінка ефективності банківської діяльності визначена як цілісна характеристика, що дозволяє на основі сукупності методів і прийомів всебічного дослідження визначити

результати діяльності комерційного банку з урахуванням реалізації його стратегії, а також задоволення інтересів держави і суспільства в цілому. Вважаємо, що з метою оцінки ефективності банківської діяльності доцільно використовувати не лише кількісні, але й якісні показники в розрізі виділених критеріїв, які дозволяють оцінити досягнуті результати з урахуванням цільового змісту і структурних особливостей кредитних організацій, використання ними сучасних технологій, ступеня реалізації свого кадрово-ресурсного та адаптивного потенціалу, якості управління і моніторингу процесів, а також із урахуванням інтересів позичальників, рівня реалізації поточних і перспективних соціальних потреб.

1. Dinesh, D., Palmer E. Management by objectives and the Balanced Scorecard: will Rome fall again? Management Decision. 1998. No 6 (36), pp. 363–369.
2. Odiorne, G.S. Management by Objectives; a System of Managerial Leadership. New York: Pitman Pub., 1965. 201 p.
3. Адизес, И. Управляя изменениями/ СПб.: Питер, 2010. 224 с.
4. Van, J.D. Death to MBO. Training & Development. 1995. No 3 (49), pp. 2–5.
5. Кльоба Л.Г. Система збалансованих показників (Balanced Scorecard - BSC) – нові можливості для ефективного управління процесом залучення інвестицій. Інвестиції: практика та досвід. 2005. № 18. С. 20–21.
6. Козак Н. Бенчмаркинг как инструмент повышения конкурентоспособности компании. Рынок капитала. 2000. № 1–2. С. 17–21.
7. Каплан Р., Нортон Д. Сбалансированная система показателей. М.: Олимп-бизнес, 2003. 230 с.
8. Lauzel, P., Cibert A. Des Ratios au tableau de bord. Enterprise Moderne D'Editions, 1959. 200 p.

УДК 658.74/.75

ЮЩЕНКО Ю.О., магістрантка

Науковий керівник – **ВАРЧЕНКО О.М.**, д-р екон. наук

Білоцерківський національний аграрний університет

НАПРЯМИ УДОСКОНАЛЕННЯ СИСТЕМИ УПРАВЛІННЯ ЗАКУПІВЛЯМИ В УСТАНОВАХ ДЕРЖАВНОГО СЕКТОРУ

Досліджено організаційний процес проведення закупівель та нормативно-правовий підхід, використання веб-порталу Prozorro.

Ключові слова: електронні державні закупівлі, кошторис, децентралізований бухгалтерський облік, тендерні пропозиції.

Стримуючими чинниками запровадження електронізації сфери державних закупівель, є те, що нині в Україні не розроблено повною мірою основи законодавства в галузі електронної торгівлі; бухгалтерський облік і оподаткування електронної торгівлі мають низку особливостей, які не знаходять підтвердження в чинному законодавстві; особистість партнера й справжність електронних документів не завжди може бути встановлена з достатньою мірою достовірності; узгодження умов не стандартних контрактів під час обміну електронними документами може бути ускладнене порівняно зі звичайним переговорним процесом; відсутня цивілізована інфраструктури бізнесу (транспорт, логістика, сервісні послуги тощо), що узгоджується з умовами глобалізації та доступності електронної торгівлі; немає належної системи оцінювання й вимірювання якості пропонованої продукції, що відповідала б новим умовам торгівлі, відсутня система єдиної стандартизації; через нестачу державних фінансів є інвестиційні і технологічні ризики; рівень технічного оснащення робочих місць державних установ і фахівців постачальників є низьким; державні службовці,

як і фахівці посередників, не завжди мають достатню кваліфікацію в галузі державних закупівель (зокрема у сфері електронних торгів) [1, с.85].

Водночас, науковцями серед стримуючих чинників виділяються також такі недоліки, зокрема: початкові додаткові витрати замовника на закупівлю комп'ютерної техніки, програмного забезпечення, використання електронних технологій, їх адміністрування та постійну підтримку; небезпека в електронному просторі пов'язана з комп'ютерними правопорушеннями та появою кіберзлочинів [2,с. 42].

Водночас, Закон України «Про публічні закупівлі», не відображає весь організаційний процес проведення закупівель, після введення в дію Закону залишаються питання як нормативно-правового характеру, так і технічного характеру, які необхідно доопрацювати для успішної реалізації реформи у сфері публічних закупівель.

Не вирішеними питаннями на місцях залишаються нестача практичних навичок, досвіду роботи членів тендерного комітету, високий рівень страху щодо можливості помилок, надто висока увага та контроль зі сторони громадськості, надмірно високі штрафні стягнення за порушення у сфері державних закупівель. Через це, підсвідомо, виникає несприйняття, бажання обійти, уникнути використання веб-порталу Prozorro.

Ще однією помилкою замовників є свідоме, чи не свідоме дроблення закупівель до надпорогових закупівель. Суть в тому, що якщо неправильно вибрати код класифікатора, тим самим можливо розділити закупівлю. Відповідно до розділу II Порядку визначення предмета закупівлі, затвердженого наказом Міністерства економічного розвитку і торгівлі України від 17.03.2016 № 454, предмет закупівлі товарів і послуг замовник визначає згідно з пунктами 17 і 32 частини першої статті 1 Закону та на основі національного класифікатора України ДК 021:2015 «Єдиний закупівельний словник», затвердженого наказом Міністерства економічного розвитку і торгівлі України від 23 грудня 2015 року № 1749, за показником четвертої цифри основного словника. Хоча відповідальності конкретно за неправильний вибір коду класифікатора не передбачено. Однак відповідальність може наступити якщо виявиться, що це не просто помилка, а таким чином замовник здійснив поділ предмета закупівлі з метою уникнення передбаченої Законом процедури відкритих торгів (ч. 7 ст. 2 Закону, ст. 164-14 Кодексу України про адміністративні правопорушення) [3].

Зазначимо, що на сьогодні у країнах Європейського Союзу, як правило, використовуються дві моделі електронних державних закупівель: 1) централізовані закупівлі, що здійснюються єдиним органом із питань державних закупівель із метою забезпечення загальних потреб, тобто замовники доручають здійснення державних закупівель від їхнього імені централізованому органу; 2) децентралізовані закупівлі, що передбачають самостійне здійснення закупівель замовниками, тобто дають змогу кожному замовнику здійснювати закупівлі товарів і послуг [4, с.22]. Вважаємо, що такий підхід є економічно обґрунтованим та ефективним.

Для того, щоб пояснити інші ускладнення публічних закупівель, необхідно розглянути, як створюються кошториси для освітніх закладів на фінансовий рік. Зауважимо, що мова йде про заклади, які працюють в умовах децентралізованого бухгалтерського обліку – це самостійна бухгалтерія.

За показниками використання коштів у річному звіті, так званий –баланс, (за минулий фінансовий рік) розробляються контрольні цифри для формування кошторису на наступний рік – з деяким правками щодо зростання цін та інфляцію. До того ж хважають на нові запити й потреби установ, які збалансовуються із можливостями того чи іншого бюджету. Отже, потреба у коштах, яка закладається на ті чи інші потреби, за замовчуванням, не може бути завищеною, оскільки фінансові органи будь-якої влади на місцях зацікавлені в мінімізації видаткової частини бюджету і кілька разів перепроверяють, за якими цінами формується та чи інша стаття видатків.

Відомо, що значна частка видатків спрямовується на оплату комунальних послуг, наприклад газовідведення чи теплопостачання, що й зумовлює недосконалість чинного законодавства. До прикладу, якщо теплову енергію, воду та водовідведення постачає монополіст, внесений до переліку суб'єктів природних монополій на певній території, то не виконуються умови переговорної процедури (згідно з Законом України – Про публічні закупівлі). Фактично немає, про що вести переговори, оскільки ціна теплової енергії встановлюється рішенням НКРЕКП (Національна комісія,

що здійснює державне регулювання у сферах енергетики та комунальних послуг) у фіксованій величині, у кошторисі установи видатки на теплову енергію зафіксовані, то простою дією ділення вартості на ціну визначаємо кількість гігакалорій.

Щодо закупівлі природного газу, то відповідно до чинного законодавства, газ закуповується окремо як товар і як послуга за його транспортування. Законодавець вважає, що газ потрібно закуповувати за процедурою відкритих торгів, оскільки формально існує ринок газу. Відповідно проводяться відкриті торги, які досить тривалі в часі (понад 30 днів), і є загроза вчасно їх не провести. У такому випадку постачальник може призупинити подачу газу в найлютіші морози. Зазначимо, що останнім часом бюджети приймаються вчасно, а відтак є можливість встигнути провести ці торги, але ще є втручання органів казначейського обслуговування у вже проведені тендери, чи навіть ті які тільки мають відбутися, якщо в кінці року укласти договір за це виписують припис.

Відповідно до п. 2 ч.4 Закону України «Про публічні закупівлі», існує норма зміна ціни за одиницю товару не більше ніж на 10 відсотків у разі коливання ціни такого товару на ринку, за умови, що зазначена зміна не призведе до збільшення суми, визначеної в договорі, тобто, постачальники можуть піднімати до 10%, додатковими угодами, за умови коливання цін на ринку. Оперативно і безкоштовно довідатись про фактичне зростання цін також немає змоги. Торгово-промислова палата надає такі довідки на платній основі. Вважаємо, не є економічно вигідним те, що переможець торгів після укладання угоди має право ініціювати таке підняття ціни n-ну кількість разів. Тобто, по суті, всі ці торги нівелюються, а ціна підвищується. Оскільки часто учасники спеціально занижують ціну «демпінгують» з метою виграти торги, а пізніше всякими правдами й неправдами піднімають ціну до вигідної.

Щодо загрози оскарження результатів закупівлі іншими учасниками, які в силу різних мотивацій свідомо зривають укладання угоди, залишаючи без необхідних товарів чи послуг. І це також повинно бути предметом розгляду внесення змін у чинне законодавство, щоб штучно не створювались бар'єри для нормального функціонування державних установ і найголовніше – не страждали від недосконалості законодавства.

Доцільно розглянути так звані допорогові закупівлі (до 200 тис. грн для товарів та послуг і до 1,5 млн грн для робіт). У зв'язку із цим, більшість органів місцевого самоврядування, (всі по Україні) видали розпорядження застосовувати принципи закупівель на відносно невеликих кошторисних призначеннях. Отже, фактично все, що закуповується за державні кошти, повинно проходити через Prozorro, хоча це не є обов'язковою умовою Закону України. Відомо, що малокошторисні закупівлі можна проводити поза Prozorro, просто оприлюднюючи всю фінансову звітність на веб-порталі Е-дата, де видно всі договори, накладні, додаткові угоди.

Ще більше не узгоджень виникає, якщо потрібно закупити послугу чи роботу, особливо у сфері будівельних чи ремонтних робіт. Для проведення таких закупівель необхідно оприлюднити на Prozorro чітке технічне завдання. У штаті закладів освіти, чи то медичні установи або інші, відсутні фахівці інженерно-технічного напрямку – проектант та кошторисники. Виходячи з того, треба замовити виготовлення кошторисної документації, за яку необхідно платити з додаткових джерел фінансування, або зменшувати загальну суму фінансування на ті чи інші ремонтні роботи, аби покрити вартість створення документації.

З метою удосконалення системи державних закупівель необхідно вирішити наступні питання: дискримінаційний підхід в участі відхилення тендерних пропозицій, одних учасників та оголошення переможцями учасників, які не відповідають вимогам документації (пчастішали випадки вибіркового підходу за наявності в учасників однакових порушень); ускладнення тендерної документації замовниками: надмірні та складні вимоги до учасників, «приховування» документів, які повинні надаватись учасниками у складі пропозицій в розділах документації, які не стосуються змісту тендерних пропозицій (розділ оцінки, проекту договору); відхилення пропозицій переможців через ненадання ними зразків продукції, які у відповідності до вимог Закону не є складовою пропозиції та не можуть бути підставою для відхилення; відхилення переможців торгів через ненадання чи невідповідність документів, непередбачених Законом для надання після

проведення аукціону; дискримінаційні умови документації в частині включення до предмету закупівлі ексклюзивних позицій лише одного виробника.

1. Чабан В. Електронні державні закупівлі: на шляху до інтеграції ЄС / В.Чабан // Юридична газета. – 22 грудня 2015 р. - №52(498). – С.22-23. URL: http://www.vkp.ua/content/news/files/yur_gazeta_chaban_52498_article_1452858542_en.pdf.
2. Кулак Н. Сучасний етап і перспективи розвитку електронізації державних закупівель в Україні. Вісник АМСУ. 2014. № 2.(11). С.82-86.
3. Міняйло В. Організація електронних державних закупівель. Вісник КНТЕУ. 2012. № 3. С. 36–44.
4. Фалко Ю. Удосконалення управління системою державних закупівель в умовах модернізації економіки України. Вісник Національної академії державного управління при Президентові України. 2012. Вип. 3. С. 136. URL: http://nbuv.gov.ua/j-pdf/Vnadu_2012_3_20.pdf.

УДК336:368.013(477)

ОБЕЛЕЦЬ А.О., магістрант

Науковий керівник – **ДРАГАН О.О.**, канд. екон. наук

Білоцерківський національний аграрний університет

АНАЛІЗ ЕФЕКТИВНОСТІ УПРАВЛІННЯ ФІНАНСОВИМИ РИЗИКАМИ СУБ'ЄКТА ГОСПОДАРЮВАННЯ ПАТ «ШАМРАЇВСЬКЕ»

Проведений аналіз ефективності управління фінансово-господарської динаміки чистого фінансового результату. Визначено напрями управління фінансовими ризиками.

Ключові слова: ризик, валюта, динаміка, валютний ризик, фінансовий ризик.

Про загальну ефективність діяльності ПАТ «Шамраївське», ефективності управління фінансово-господарською діяльністю та фінансовими ризиками свідчить динаміка чистого фінансового результату (рис. 1) та результативності (рентабельності) діяльності.

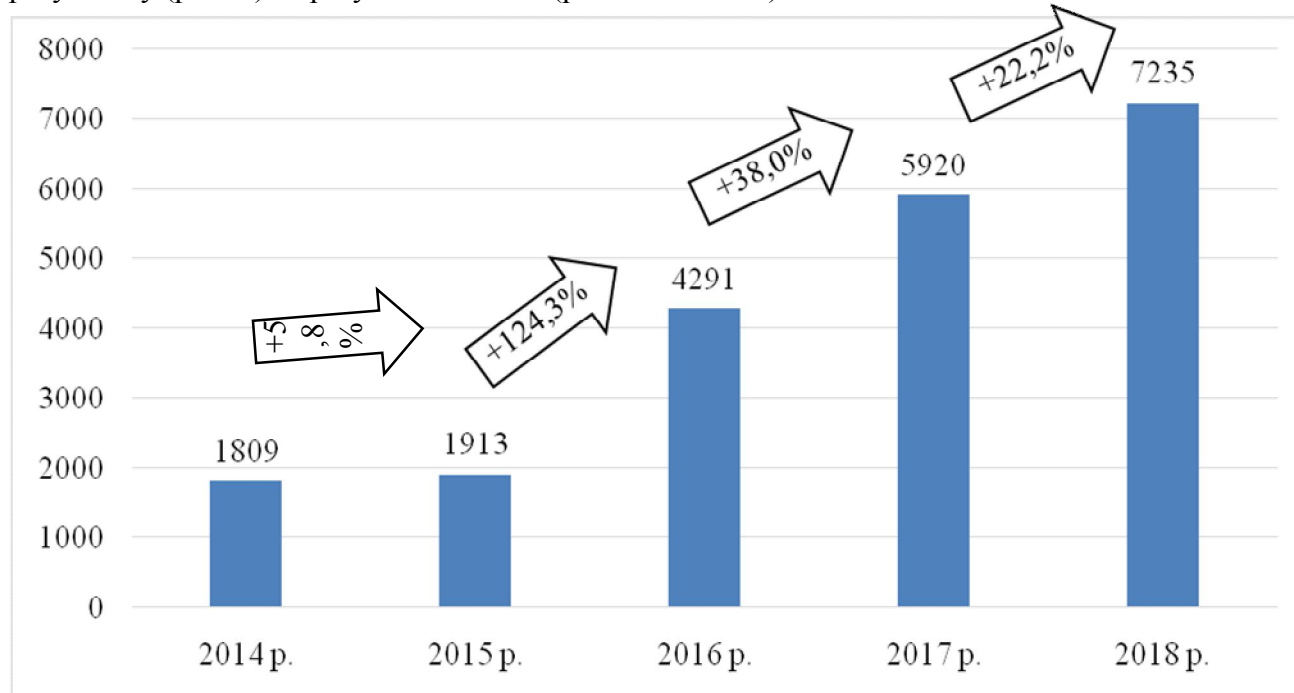


Рис. 1. Динаміка чистого фінансового результату ПАТ «Шамраївське» тис грн.

У 2013 р. ПАТ «Шамраївське» отримало збиток у розмірі 91 тис грн, проте у всіх наступних роках (2014-2018 рр.) діяльність підприємства була прибутковою: 2014 р. – 1809 тис грн, 2015 р. – 1913 тис грн, 2016 р. – 4291 тис грн, 2017 р. – 5920 тис грн, 2018 р. – 7235 тис грн. Отримання позитивного чистого фінансового результату та його позитивна динаміка свідчить про покращення фінансового менеджменту на підприємстві протягом останніх років.

Для визначення ефективності діяльності обчислимо відносний показник – рентабельність активів (RA) як відношення чистого фінансового результату та активів.

$$R_{A2014} = \frac{1809}{9842} \times 100 = +18,38\% \quad (1);$$

$$R_{A2015} = \frac{1913}{14312} \times 100 = +13,37\% \quad (2);$$

$$R_{A2016} = \frac{4291}{20134} \times 100 = +21,31\% \quad (3);$$

$$R_{A2017} = \frac{5920}{25569} \times 100 = +23,15\% \quad (4);$$

$$R_{A2018} = \frac{7235}{33152} \times 100 = +21,82\% \quad (5).$$

Варіаційний розмах рентабельності активів становить близько 10%, $\sigma = 3,90$, $V_{\sigma} = 19,89\%$. Однорідною можна вважати сукупність показників рентабельності активів ПАТ «Шамраївське» у 2014-2018 рр., тобто період з виключно позитивними фінансовими результатами.

Таким чином, слід відмітити покращення стану управління фінансовим станом, фінансовими результатами та фінансовим ризиком ПАТ «Шамраївське» протягом останнього досліджуваного року.

Напрями управління фінансовими ризиками можна визначити за зміною валюти балансу (рис. 2).

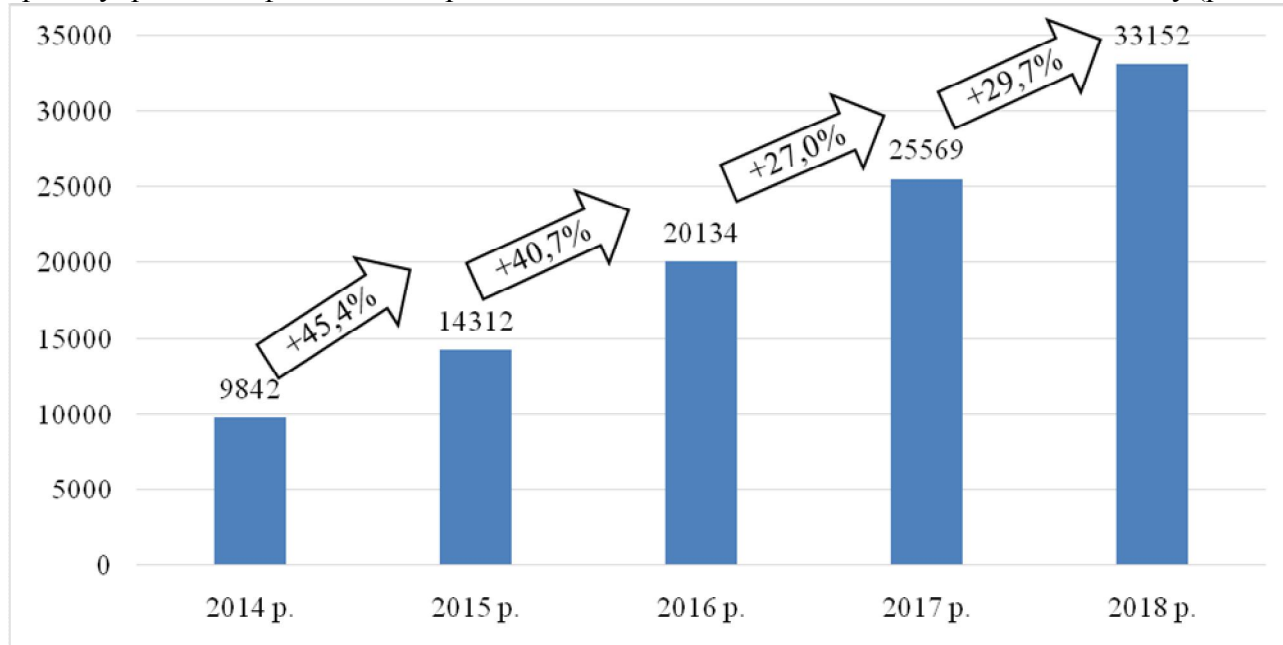


Рис. 2. Динаміка валюти балансу ПАТ «Шамраївське», тис грн

Загальна динаміка валюти балансу ПАТ «Шамраївське» є позитивною та свідчить про збільшення активів, власного капіталу та зобов'язань. Протягом досліджуваного періоду зросли у 3,4 разів. У динаміці валюти балансу ПАТ «Шамраївське» можна виокремити два умовні періоди, що

характеризуються однорідними показниками: 2014-2016 рр. (річний темп приросту становив близько 40%); 2017-2018 рр. (річний темп приросту становив 27-30%). Проте присутність значного валютного та інфляційного ризику робить доцільним індексування абсолютних показників для отримання адекватного показника.

Отже, динаміка гривневого еквівалента валюти балансу ПАТ «Шамраївське» суперечить динаміці доларового еквівалента, що пов'язане з валютними ризиками та збільшенням валютних курсів, девальвацією грошової одиниці. Таким чином, збільшення валюти балансу пов'язане, у першу чергу, зі зростанням загального рівня цін, і лише потім з покращенням якості управління фінансовими ризиками ПАТ «Шамраївське».

УДК 658

ІГНАТЕНКО Н.О., магістрантка
Науковий керівник – **ПАСКА І.М.**, д-р екон. наук
Білоцерківський національний аграрний університет

ОСОБЛИВОСТІ РОЗВИТКУ МІЖНАРОДНОГО ПАРТНЕРСТВА НА СУЧАСНИХ СВІТОВИХ РИНКАХ

Для закріплення своїх конкурентних позицій на ринку та підвищення ефективності своєї діяльності як колективи підприємств та організацій, так і окремі підприємці все частіше починають використовувати нові форми організації діяльності.

Ключові слова: міжнародне партнерство, ефективна міжнародна співпраця, ринкові відносини, об'єкти господарювання.

Термін «партнерські відносини» останнім часом став поширеним ділових, правових, політичних колах, засобах масової інформації, а також ця форма взаємодії стала об'єктом наукового дослідження в останні десятиліття, хоча про існування даного феномену відомо з кінця XIX століття. Одним із критеріїв партнерства є спільна діяльність та свобода вибору партнерів, оскільки саме партнерські відносини можливі лише у ринкових умовах. Міжнародне партнерство є інтегруючим елементом ринкової економіки, а його види та принципи залежать від того, на якому рівні воно здійснюється, і хто є суб'єктами взаємовідносин. Ринкові відносини в даному випадку відображають орієнтацію на принципи ринку при здійсненні партнерської взаємодії.

Дослідження ринкового, підприємницького середовища на зовнішніх ринках передбачає аналіз комплексу умов організації бізнесу за межами своєї країни у конкретному ринковому просторі - як у світовому або регіональному, так і в межах окремої іноземної держави. Результати маркетингового дослідження дозволяють обґрунтовано здійснити пошук та вибір закордонного партнера, вибрати форму виходу підприємства на зовнішній ринок, укласти зовнішньоторговельний контракт. Основна мета такого дослідження - визначити потенціал продажу і діяльності компанії та скласти прогноз на майбутнє. Іншими словами, дати кількісну оцінку існуючих і потенційних можливостей компанії для продажу своєї продукції. У системі комплексного вивчення ринку можна оцінити не лише перспективність збуту товару на тому або іншому ринку, а й знайти нові можливості в вигляді потенційних партнерів [1].

Маркетингові дослідження на зовнішньому ринку не обмежуються аналізом покупців, товарів і ринків. Значна увага приділяється також оцінці ефективності системи маркетингу загалом та її основних частин, зокрема пошукам оптимального поєднання всіх чинників ринкового успіху. У даному контексті величезного значення набуває спроможність визначити, який саме комплекс маркетингу відповідає попиту на зовнішньому ринку, а при остаточному аналізі комерційних операцій дає змогу правильно оцінити, результативність маркетингової діяльності [2,3].

Другою важливою складовою є пошук та оцінка діяльності потенційних партнерів на світових ринках. Вибір торгового партнера, у першу чергу, залежить від характеру зовнішньоторгової угоди

(експортна, імпортна, компенсаційна), предмету угоди (купівля-продаж товару, надання послуг), характеру предмету угоди (сировинна чи готова продукція, машинно-технічна продукція чи товари народного споживання).

Зазначимо, що оцінка потенційного партнера розуміють кількісні показники діяльності, масштаб операцій, ступінь платоспроможності тощо. Для оцінки солідності фірми можна використати й інші показники, такі як кількість зайнятих, число підприємств, частка певного виду продукції в обсязі виробництва фірми й галузі та інше.

Оцінка ділової репутації фірми визначається тим, наскільки вона добросовісно і скрупульозно виконує свої зобов'язання, який у неї досвід у даній сфері бізнесу або ж вміння вести переговори на високому рівні. Також при наявності рівноправних умов у потенційних партнерів перевага надається тому, хто добре зарекомендував себе в попередніх угодах.

Головне завдання у процесі налагодження партнерських відносин – уникнути кардинальних розбіжностей між сторонами і розробити відповідну політику та правила, які будуть подальшим стимулом для розширення спільної діяльності. Саме тому важливим фактором успішної діяльності є обговорення ще на початковій стадії можливих кінцевих очікувань та прагнень усіх сторін утвореного союзу. Для цього учасники партнерських відносин розробляють стратегію розвитку партнерства, параметри прогресу та гарантії, необхідні всім членам об'єднання. Відмінна риса, без якої розвиток партнерських відносин неможливий – наявність довіри та поваги між союзниками [4].

Ступінь відкритості та готовності суб'єктів господарювання до партнерства – це чинник, який дає можливість підприємцям знайти собі потенційного партнера. При цьому діапазон взаємодії може коливатися: від найпростіших товарообмінних операцій до найвищих форм співробітництва (об'єднання капіталу, науково-технічна кооперація, що є найбільш характерною для інформаційного суспільства, тощо). Зазначимо, що відкритість та готовність підприємців до партнерства мають певне обмеження – відкритість не є синонімом беззахисності перед конкурентами [5].

Пошук та підбір партнера – дуже відповідальний та важливий крок у діяльності компанії чи підприємства. Для того щоб заручитися підтримкою та отримати надійного союзника, перш за все, необхідно вивчити всі основні якості, які могли б чітко охарактеризувати співучасника господарського процесу. У цьому випадку звертають увагу на основний вид діяльності підприємства, його ділову репутацію, економічний та фінансовий потенціал, місце розташування тощо. Також варто врахувати культурні характеристики, традиції та особливості, які можуть певним чином вплинути на спільну діяльність.

Характеризуючи партнерські відносини на сучасному етапі розвитку, варто підкреслити їх особливу рису – наявність конкуренції між учасниками об'єднання. Конкурентні відносини зберігають не всі партнерські союзи, проте значна їх кількість, зрештою, не відкидає такого сценарію подій. Для реалій сучасного світового ринку подібне явище – невід'ємний складник ринкових відносин. За таких умов учасники підписують домовленість про співпрацю, зберігаючи при цьому свою абсолютну автономність та свої позиції на ринку, без повної інтеграції з іншими суб'єктами господарювання, але заради досягнення спільної мети. Подібний спосіб, наприклад, часто обирають підприємства мобільного зв'язку: з метою розширення клієнтської бази вони між собою домовляються про проведення певних акцій (які подають у вигляді єдиних тарифів і які значно мінімізують вартість розмов) на встановлений термін, при цьому ніяких умов господарювання більше не змінюють і конкурентної боротьби не припиняють.

Основним мотивом участі партнерів у міжнародному бізнесі є можливість збільшення масштабів та ефективності підприємництва за рахунок інтернаціоналізації певних сегментів ринку, використання нових додаткових джерел матеріальних та інвестиційних ресурсів та диверсифікації виробничо-господарської діяльності. Отже, в сучасних економічних умовах організація міжнародної діяльності компаній передбачає вибір способу виходу на закордонні ринки для закріплення конкурентних позицій, збільшення прибутку та підвищення своєї ефективності, важливу роль в яких відіграють надійні партнери.

1. Токовий Ю.В., Ковтун Е. О. Вивчення зовнішнього ринку. URL: http://www.rusnauka.com/6_PNI_2011/Economics/2_79919.doc.htm

2. Сердюк, Т. М. Система показників ефективності маркетингового управління товарними потоками / Т. М. Сердюк // Вісник Хмельницького національного університету. – 2011. – № 6, – Т. 4. – С. 182–186.
3. Романов, О. О. Маркетингова діяльність підприємства: інструменти, критерії результативності [Текст] / О. О. Романов // Вісник Хмельницького національного університету. – 2009. – № 2. – Т. 1 – С. 127–133.
4. Ус М. І. Формування підприємництвом партнерських відносин: напрямки та цілі. Вісник Харківського національного економічного університету. - 2014 № 436 с.21-25.
5. Нікілева Л.О. Особливості міжнародних партнерських відносин між суб'єктами підприємництва в інформаційному суспільстві / Л. О. Нікілева //Світове господарство і міжнародні економічні відносини. 2014. - №6. С.84-95.

УДК 338.43:633.1

МАЗНИЦЬКА Ю.А., магістрантка

Науковий керівник – **ЮХИМЕНКО П.І.**, д-р екон. наук

Білоцерківський національний аграрний університет

ПРОБЛЕМИ ВИРОБНИЦТВА МОЛОКА ТА ШЛЯХИ ЇХ ВИРІШЕННЯ

Одною з основних сфер матеріального виробництва аграрно-продовольчого комплексу є молочна галузь. Розвиток та функціонування її є завжди актуальним, оскільки молоко і молочні продукти цінні продукти харчування для людини.

Ключові слова: виробництво та переробка молока, молочні продуктив, економічна ефективність, молокопродуктовні підкомплекси.

Підприємства молокопродуктового підкомплексу характеризуються низьким рівнем ефективності. Не можуть потужно розвиватися за наявності проблем у взаємовідносинах між собою.

За обсягом виробництва молока Україна посідає 18 місце у світі. За підсумками 2018 року, у молочній галузі України було зайнято 46 тисяч працівників, а це 12% від зайнятих у сільському господарстві.

Розвиток молочної галузі в сучасних ринкових умовах – це кількісна та якісна структура ресурсного забезпечення. Невідкладними рішеннями є впровадження прогресивних технологій утримання та годівлі тварин, використання високопродуктивних порід та зменшення витрат енергоресурсів, збільшення робочих місць. Тільки реалізація цих завдань позитивно впливатиме на виробництво та реалізацію конкурентоздатної молочної продукції.

Українська молочна галузь у 2019 демонструє згортання. Загальна чисельність поголів'я скоротилася до 1,91 млн. Скорочується дієне поголів'я серед молочнотоварних ферм, яке за вісім місяців скоротилося на 22,9 тис. голів. Через що переробні підприємства недоотримали близько 170 тис. т. молока.

У 2018 році нараховувалося 1, 967 млн корів, що на 43% менше, ніж у 2009 році. З них 76% — 1,49 млн голів утримувалося в особистих селянських господарствах та ще 24% — 0,47 млн голів — на молочнотоварних фермах.

За загальною чисельністю молочного стада і валовим виробництвом молока Україна в 1990 році займала відповідно 2 і 3 місце серед країн Європейського континенту. В розрахунку на душу населення було одержано за рік 472,3 кг молока, що значно більше у порівнянні з багатьма високо розвинутими країнами світу.

За 29-річний період ринкової трансформації в молочному скотарстві України відбувся катастрофічний занепад. Співставлення показників розвитку молочного скотарства сільськогосподарських підприємств дозволяє стверджувати, що за вказаний період, починаючи з 1990 року, поголів'я корів у зазначених підприємствах знизилось з 6,19 до 0,56 млн голів, або в 11 рази. Річний на-

дій молока на одну корову – від 2863 до 4446 кг, або в 1,55 рази, а рівень споживання молока на душу населення – від 373 до 220,9 кг, або в 1,68 рази, і в 2018 році наблизився до критично небезпечної межі. Сукупне річне виробництво молока у минулому році склало 10,1 млн тонн, що на 15% менше, ніж у 2009. Падіння виробництва молока було менш вираженим внаслідок активного впровадження сучасних технологій, передусім середніми та великими господарствами, та нарощування продуктивності поголів'я. Так, за підсумками 2018 року середній річний надій на корову становив 6054 кг, проти 3915 кг у 2009 році.

За підсумками 2018-го, на переробку надійшло 4,18 млн тонн сировинного молока, що на 10,5% менше проти 2009 року. Варто підкреслити, що у структурі надходження сировини на переробку 78% — молоко від МТФ і лише 22% — це — особисті селянські господарства.

Витрати кормів на 1 ц молока знизились з 1,47 до 8,06 ц к. од., їх якісний склад дає змогу лише підтримувати життєздатність поголів'я, а не його продуктивність.

Причинами такого стану молочної галузі є міжгалузеві та макроекономічні відносини. А це означає, що економічний механізм працює не на користь сільського товаровиробника, що зумовлює зниження конкурентоспроможності його продукції на ринку.

Заглиблення народного господарства в стихію ринку спонукає виробників молока до пошуку та впровадження додаткових заходів до зниження собівартості молока, тобто оптимізації затрат на виробництво продукції.

Важливою проблемою, що виникла останнім часом, є також проблема збуту молочної продукції товаровиробником, особливо господарствам приватного сектора. Знижується і експорт вітчизняних молочних продуктів, натомість зростає імпорт. Так поставки сиру зросли на 77%, вершкового масла на 46%, кисломолочних продуктів на 40%.

Тому необхідно поліпшити організацію заготівлі молока в них через молоко приймальні пункти, відновивши функціонування багатьох з них, та створити нові і насамперед у віддалених від районних і промислових центрів селах, а також за договорами з господарствами суспільного сектора.

1. Арич М. І. Порівняльний аналіз динаміки та структури фінансово-економічних результатів підприємств молочної промисловості України // Бізнесінформ №2 '2017, с. 181-185
2. Рынок молока и молокопродуктов Украины. [Електронний ресурс].- <http://www.pro-consulting.ua>
3. Саблук, М.Ф. Кропивко та ін.. Національна доктрина реформування та розвитку агропродовольчого комплексу України (проект). - Ж. Економіка АПК, №4, 2014-С.3-6
4. Сіра Ю.В. Дослідження впливу ціноутворюючих чинників у виробництві молочної продукції //Продовольчі ресурси. 2017. № 2, с. 120–125
5. Статистичний збірник сільське господарство Тернопільської області за 2017рік: Тернопіль: Головне управління статистики у Тернопільській області, 2018. - 228 с.

УДК 659.1

ВАСИЛЬЧЕНКО С.В., магістрант

Науковий керівник – **ПАСКА І.М.**, д-р екон. наук

Білоцерківський національний аграрний університет

ХАРАКТЕРИСТИКА ОСНОВНИХ ЕТАПІВ РОЗРОБКИ РЕКЛАМНОЇ КАМПАНІЇ НА ЗОВНІШНІХ РИНКАХ

Реклама в Україні почала розвиватися доволі недавно, але рекламодавцям уже вистачає набутого досвіду для покращення діяльності підприємств. Фахівці, які розуміють важливість використання реклами, постійно знаходяться в пошуку нових вражаючих рекламних ходів.

Ключові слова: рекламної кампанії, експортний потенціал, інструменти реклами, перспективні ринки, маркетингова діяльність

Рекламна кампанія – це складний процес, який вимагає попереднього детального планування усіх її стадій, кожна з яких характеризується певною специфікою. Необхідно зазначити, що етапи розробки рекламної кампанії для внутрішнього і зовнішнього ринків є ідентичними, однак у якості відмінності є вивчення ринку інших країн для того, щоб рекламодавець зміг визначити на якому із зовнішніх ринків йому доцільніше запустити рекламну кампанію. Саме тоді й з'являється попередній або додатковий етап, коли в процесі порівняння основних характеристик різних зовнішніх ринків обирається більш перспективний.

Вивчення наукової літератури дозволило встановити два підходи до дослідження зовнішніх ринків:

дискретний, який передбачає оцінку ринку за двома-трьома найважливішими для підприємства критеріями (розмір ринку, рівень конкуренції, ринковий потенціал тощо). За такого підходу успіх рекламної кампанії частково буде залежати від правильності вибору показників для аналізу. Найбільш поширеною у практичному використанні є модель фільтрів;

комплексний, який передбачає здійснення кількісної оцінки конкретного ринку за чітко визначеною системою показників. Цей метод є більш тривалішим, але в свою чергу він мінімізує ризики щодо необґрунтованості вибору зовнішнього ринку [1].

Зазначимо, що розробка рекламної кампанії як на внутрішніх, так і зовнішніх ринках включає наступні етапи: визначення цілей рекламної кампанії; розробка рекламної ідеї та стратегії рекламної кампанії; дослідження ринку; розробка бюджету рекламної кампанії; вибір засобів поширення рекламної інформації; розробка графіку проведення рекламної кампанії; складання медіа плану рекламної кампанії; оцінка ефективності рекламної кампанії [2; 3].

Необхідно зазначити, що першочерговим завданням перед рекламодавцем при визначенні мети, яку він бажає досягнути, запустивши рекламну кампанію, є урахування заходів щодо збутового стимулювання, а також конкретизація цілей, які поставило перед собою підприємство щодо споживачів, а саме рівня задоволення їхніх потреб та запитів. Так, якщо підприємство у якості маркетингової цілі обрало збільшення обсягів продажу, тоді метою рекламної кампанії буде вплинути на клієнта і його прийняття рішення про покупку таким чином, щоб він не просто обрав саме нашу пропозицію, але й придбав більше товарних одиниць. Однак, якщо метою буде обрано закріплення образу компанії в свідомості споживачів, то ця невідповідність призведе до такого наслідку, як недосягнення кінцевої мети підприємства, оскільки маркетингові цілі мають бути похідними від кінцевої мети підприємства.

У якості цілей для проведення рекламних кампаній, і вони є похідними від маркетингових цілей, можна виділити наступні: успішне представлення на ринку нових товарів або послуг; стимулювання збуту та збільшення частки реалізації продукції; перенаправлення попиту з одного товару чи послуги на інші; створення позитивного іміджу підприємства та його товарів; розширення бази постійних клієнтів та залучення нових партнерів; гарантування правильності сформованого образу про товари, послуги чи компанію в свідомості споживачів.

Як свідчить практика вітчизняних підприємств найчастіше у якості головної мети рекламної кампанії ними обирають зростання збуту чи утримання його на сталому рівні при планованому збільшенні цін тощо. Відомо, що вплив реклами на збут відбувається в загальному через зростаючий рівень упізнаваності товару та фірми-продавця, формування сприятливого іміджу товару та підприємства загалом. Головними факторами для окреслення рекламних цілей є маркетингові стратегії. Комплекс маркетингу не розглядає рекламу як основу основ, оскільки підприємство працює над досягненням своїх цілей скоординованим функціонуванням інструментів маркетингу.

Попереднє рекламне дослідження і розробка рекламної ідеї є важливими задля успішної побудови рекламної кампанії та досягнення цілей її створення. Завдяки обґрунтованій організації процесу рекламних досліджень, підприємство отримує відповіді на низку питань: що є об'єктом реклами; цільові сегменти рекламного впливу; канали поширення рекламне повідомлення; послідовність здійснення рекламного процесу.

Основою рекламної ідеї є аргументи і достовірні факти про товар і підприємство, які сформульовані в художній формі та являють собою основою у рекламному повідомленні. Вони є основою для успішного формування у покупців думки про те, що задля задоволення своїх потреб в найвищій степені, він має обрати саме пропонований нами товар або послугу, оскільки лише вони володіють всіма необхідними властивостями для цього. Ідеєю можна назвати задум щодо рекламного спрямування, його характеру та змісту рекламного повідомлення.

Подальша розробка рекламної кампанії залежить від вибору її стратегії за часовим фактором. Існують такі головні види стратегій:

1. Стратегія безперервності, головною характеристикою якої є інтенсивність появи рекламного оголошення у засобах масової інформації та її висока вартість;

2. Стратегія пульсації характеризується інтервалами щодо посилення рекламування та меншою вартістю, ніж стратегія безперервності. Вона надзвичайно спрощує просування товарів сезонного попиту;

3. Флайт-стратегією користуються рекламодавці для просування товарів з пікоподібним попитом, оскільки вона характеризується інтенсивністю пікоподібного розподілу;

4. Стратегія S-образної кривої. Коли рекламодавець застосовує S-образну криву тривалості існування рекламованого об'єкта. Саме ця крива напряму пов'язана із попитом, кількістю збуту, популярністю рекламованих товарів [3].

Менеджмент підприємства має чітко визначитись, які досягнення він хоче здобути завдяки рекламі, на яких ринках він планує її поширення, як побудувати правильне рекламне звернення, які рекламні інструменти використовувати, якою має бути систематичність рекламного повідомлення та які витрати вимагатиме її проведення. Для вдалого втілення ключових властивостей товарів і послуг, які можуть задовольняти запити і потреби споживачів, рекламодавцю необхідно володіти усією можливою інформацією про потенційних покупців, пропонований їм товар, а також структурованість ринку. Саме тому рекламні дослідження проходять в трьох основних спрямуваннях: дослідження покупців; аналіз товарів та послуг; дослідження ринку [4].

Побудова рекламної стратегії вимагає особливої уваги не лише до розробки цілі та ідеї рекламної кампанії, а також і до чіткої постановки можливостей витрат на задумане рекламування, іншими словами до планування бюджету реклами. Бюджет для рекламування вимагає чіткого окреслення ситуації в двох напрямках: сукупний об'єм фінансів, що видається для рекламування; як саме надане фінансування буде використано.

Обсяг рекламного бюджету регулюється наступними факторами: обсяг та масштаб ринку; місце реклами в маркетинговому комплексі; наявна стадія життєвого циклу товару; позиціонування товару; отриманий прибуток та розмір збуту; затрати конкурентів; фінансові можливості підприємства.

Після того, як розробили бюджет реклами, залишилось обрати раціональні засоби, щоб поширити рекламне повідомлення. Задля вирішення цього питання, рекламодавець має визначитись із систематичністю її появи для загалу, а також основними засобами її поширення. Тут головним критерієм для вибору стане їх вартість.

На стадії формулювання рекламного звернення, рекламодавцю варто брати до уваги відомості із: широти охоплення аудиторії; систематичності появи; потужності впливу; стійкості та наповненості.

Наступним етапом стане складання графіку проведення рекламної кампанії. Існує велике різноманіття рекламних графіків, з яких чимала частина є широкоживаними, найбільш популярними є: послідовний є найпростішим із усіх графіків. Рекламне повідомлення поширюється один раз в тиждень загальною тривалістю в п'ятдесят два тижня поспіль або один раз в місяць, охоплюючи тривалість в один рік; при сезонному графіку рекламодавець застосовує засоби масової інформації більш посилено в пору сезонного розпродажу; імпульсній подачі характерна певна періодичність у використанні засобів масової інформації через однакові проміжки часу, які не залежать від сезону; при нерівномірних імпульсах рекламне повідомлення надходить через нерівномірні проміжки часу, оскільки основною метою є коригування усталеного циклу споживчого попиту; ривком рекламодавці користуються, коли необхідно швидко та гучно заявити про товар на ринку і таким чином стрі-

мко розгорнути рекламну кампанію; графік спрямованого імпульсу створюється, щоб підтримати спеціальні товари підприємства і стимулювати їх купівлю таким чином, щоб під час проведення даної рекламної кампанії кількість продажів суттєво збільшилась відносно інших періодів.

Заключним етапом у плануванні рекламної кампанії є побудова послідовності її розгортання та кінцевого підрахунку рекламних затрат. Отриманий результат по витратах прирівнюється до виділеної рекламодавцем суми. Якщо коштів недостатньо, відбувається повторний перегляд заходів та оптимізація витрат [5].

Медіа-план – це конкретно визначена річ, тому рекламодавець задля його побудови має надати наступні дані: детальну характеристику товару або послуги, що рекламується; дані по цільовій аудиторії, на яку направлена рекламна кампанія; місце реалізації рекламної кампанії; терміни реалізації рекламної кампанії, а саме чітко визначений початок та її тривалість; розмір фінансового забезпечення (бюджету), що надається для проведення рекламної кампанії.

Заключним етапом планування рекламної кампанії є контроль, перевірка і коригування будь-якої діяльності. Якщо запущена рекламна кампанія ніяк не відслідковується і не аналізується, то значна частина вигоди з її проведення просто втрачається і спрямовані рекламні заходи не можна вважати кампанією. Широковживаними формами контролю рекламної діяльності є наступні: коли рекламодавець закликає споживачів, які потрапили під вплив телевізійної або журнальної реклами, пригадати інформацію про торгові марки, фірми, товари або послуги, з якими вони стикалися. Складений рейтинг такого огляду визначить наявний ступінь впливу рекламного повідомлення; коли рекламодавець вдається до тестів на впізнаваність товару та виробника. В цьому випадку читачі друкованого засобу допомагають визначити наявний ступінь впливу рекламного повідомлення стосовно окремих сегментів ринку та протиставити рекламні кампанії, що проводять їх конкуренти.

1. Каніщенко О.Л. Міжнародний маркетинг в діяльності українських підприємств: монографія. Київ: Знання – Прес, 2017. - 448 с.
2. Айзенберг М. Менеджмент реклами. Москва: ТОО «ИнтелТех», 2013. - С.3.
3. Дихтль Е., Хершген Х., Макаров А.М. Практичний маркетинг: навч. посібник. / ред. І. С. Минко. Москва: Висш. Шк., 2002. - 255 с.
4. Ястремська О. М. Поклонська Л. С. Рекламна стратегія: теоретичні положення та класифікація. Економіка розвитку, № 2 (74), 2015. – С. 70-78.
5. Савицька Н.Л., Синицина Г.А., Олініченко К.С. Рекламний менеджмент: Навч. посібник/ Н.Л. Савицька, Г.А. Синицина, К.С. Олініченко – Харків: видво Іванченко, 2015. – 169 с.

УДК 336

ПОПОВИЧ Т.В., магістрант

Науковий керівник – **ДРАГАН О.О.**, канд. екон. наук

Білоцерківський національний аграрний університет

СТРЕС-ТЕСТУВАННЯ РІЧНОЇ ЗВІТНОСТІ ПрАТ «СК «УНІКА»

Проведено стрес-тестування річної звітності. Зроблено аналіз фінансової безпеки ПрАТ «СК «УНІКА» з урахуванням особливостей діяльності як порушення податкового законодавства, застосування штрафних санкцій за донарахування відповідним органом доходів і зборів або платником своєчасно не нарахованого єдиного внеску) та страхового шахрайства.

Ключові слова: стрес-тестування, фінансова звітність, шахрайство, штрафні санкції, фінансовий ризик.

ПрАТ «СК «УНІКА» здійснює стрес-тестування річної звітності з розкриттям інформації щодо ключових ризиків та результатів проведених стрес-тестів у складі річних звітних даних стра-

ховика згідно з «Вимогами щодо регулярного проведення стрес-тестування страховиками та розкриття інформації щодо ключових ризиків та результатів проведених стрес-тестів», затвердженими розпорядженням Нацкомфінпослуг від 13 лютого 2014 року № 484, зареєстрованими у Міністерстві юстиції України 12 березня 2014 року за № 352/25129.

Результати проведеного ПрАТ «СК «УНІКА» стрес-тестування річної звітності показують, що ймовірні стресові ситуації майже не впливають на нетто-активи та фінансовий стан компанії. Зважаючи на те, що на 31.12.2017р.компанія має перевищення фактичного запасу платоспроможності над нормативним на суму 156164,1 тис грн., зміна нетто-активів внаслідок прогнозованих стресових ситуацій нематеріальна для компанії.

На 31.12.2018 р. ПрАТ «СК «УНІКА» має перевищення фактичного запасу платоспроможності над нормативним на суму 84 233,2 тис грн.

Аналіз фінансової безпеки ПрАТ «СК «УНІКА» потрібно проводити з урахуванням таких особливостей діяльності як порушення податкового законодавства (табл. 1.), застосування штрафних санкцій за донарахування відповідним органом доходів і зборів або платником своєчасно не нарахованого єдиного внеску) та страхового шахрайства.

Таблиця 1 – Штрафні санкції ПрАТ «СК «УНІКА» у 2018 році

№ з/п	Номер та дата рішення, яким накладено штрафну санкцію	Орган, який наклав штрафи\ санкцію	Вид стягнення	Інформація про виконання
1	0001314302. 29.05.2018	Офіс великих платників податків Державної фіскальної служби	штраф	Виконано
2	0001324303, 29.05.2018			
3	0006751405. 29.05.2018			
4	0001304302. 29.05.2018			
5	0001284302. 29.05.2018			

З метою всебічного сприяння поліпшенню якості послуг у страховику з 2010 року діє Комітет з розгляду скарг (далі– Комітет). Комітет систематизує скарги з врегулювання збитків та якості обслуговування потенційних та існуючих клієнтів ПрАТ «СК «УНІКА», визначає тенденцію проблем, з якими найбільш часто стикаються клієнти в процесі співпраці зі страховиком та впроваджує заходи щодо запобігання неякісному обслуговуванню клієнтів

У 2018 році ПрАТ «СК «УНІКА» отримано та розглянуто 263 скарги, з них:

- зі страхування КАСКО - 99;
- зі страхування ОСЦПВ - 39;
- з добровільного медичного страхування - 89;
- зі страхування туризму - 16;
- зі страхування майна - 5;
- зі страхування від нещасного випадку - 3;
- інше - 6;

Станом на 31.12.2018 року проти компанії подано 152 судові позови. Всі судові позови відображені в звітності компанії в відповідних статтях пасивів в залежності від очікуваних результатів розгляду даних справ в судах. Потенційні зобов'язання, що пов'язані з розглядом судових справ, в яких учасником є Товариство, та які не відображені в звітності товариства, відсутні. ПрАТ «СК «УНІКА» вважає, що в кінцевому підсумку зобов'язання, якщо таке буде, що впливає з рішення таких судових позовів, не спричинить істотного впливу на фінансове становище або майбутні результати діяльності Товариства.

У 2017 році ПрАТ «СК «УНІКА» отримано та розглянуто 50 скарги, з них:

зі страхування наземного транспорту - 5;
зі страхування ОСЦПВ – 43;
з добровільного медичного страхування - 2.

По всіх скаргах надані відповіді та вирішені проблемні питання. Станом на 2017 року проти ПрАТ «СК «УНІКА» подано 252 позови з приводу відмови в виплаті страхового відшкодування.

У 2016 році ПрАТ «СК «УНІКА» отримано та розглянуто 196 скарги, з них:

зі страхування наземного транспорту - 41;
зі страхування ОСЦПВ - 11;
з добровільного медичного страхування - 133;
зі страхування виїжджаючих закордон - 7;
інші скарги - 4.

Отже, наявність судових позовів проти ПрАТ «СК «УНІКА» (2017 рік – 252; 2018 рік – 152) та отримання скарг (2016 рік – 196; 2017 рік – 50; 2018 рік – 263) свідчить про можливе шахрайство та невиконання страховою компанією частини зобов'язань перед страхувальниками.

УДК330.01:338.222

ДРОЗД Д.О., учень 11 класу Фастівського академічного ліцею №2
Науковий керівник – **КОВАЛЬ Н.В.**, канд. екон. наук
Білоцерківський національний аграрний університет

АНАЛІЗ РОЗВИТКУ КОРПОРАТИВНОЇ СОЦІАЛЬНОЇ ВІДПОВІДАЛЬНОСТІ В УКРАЇНІ

Проаналізовано основні тенденції розвитку корпоративної соціальної відповідальності в Україні. Досліджено практики корпоративної соціальної відповідальності найбільшого виробника пива в Україні – Carlsberg Ukraine. Зроблено висновок, щодо необхідності інтегрування механізму корпоративної соціальної відповідальності у стратегію підприємств.

Ключові слова: корпоративна соціальна відповідальність, стратегія, Етичний кодекс.

З метою визначення основних тенденцій та перспектив розвитку КСВ в Україні проаналізуємо результати досліджень, проведених за ініціативи Центру «Розвиток КСВ» у 2010 та у 2018 роках [1; 2].

Порівняння вказаних досліджень свідчить, що нині компанії розуміють соціальну відповідальність не як благодійність, як вони її розуміли у 2010 р., а як політику розвитку і поліпшення умов праці персоналу, інвестиції в розвиток регіону та захист і підтримку споживачів. Також змінилися мотиви, які спонукають компанії впроваджувати КСВ. Сьогодні такими мотивами є, в першу чергу, моральні міркування, покращення репутації та збільшення лояльності персоналу. Кількість українських компаній, які впроваджують політику корпоративної соціальної відповідальності, у 2018 р. зросла порівняно з 2005 р. на 7%, та склала 83%. Суттєві зміни відбулись також в баченні перешкод для впровадження політики КСВ. Якщо в 2010 р. головною перешкодою більшість компаній вважали відсутність коштів, то в 2018 р. – нестабільність політичної ситуації в країні та недосконалість нормативно-правового забезпечення. Основними заходами КСВ, які здійснювали компанії у 2018 р. (рис. 1) були розвиток і поліпшення умов праці персоналу, благодійна допомога, допомога воїнам АТО та мешканцям зони АТО тощо. Загалом результати досліджень свідчать, що програми/заходи з КСВ в українських компаніях не мають стратегічного характеру [1, с. 28], адже лише 52% компаній, які реалізують заходи КСВ, мають стратегію (політику) КСВ, 24% – бюджет на її виконання, 48% – Етичні кодекси, 12% – систему показників для вимірювання результативності політики КСВ, 13% – готують звіти з КСВ.

Головними стимулами для впровадження КСВ, на думку представників компаній, є пільгове оподаткування для компаній, які впроваджують КСВ та зменшення адміністративного тиску. Пер-

шочерговими заходами з розвитку КСВ, на їх думку, мають бути розроблення нормативно-правової бази з КСВ в державі, підвищення обізнаності про Національний контактний пункт з відповідальної бізнес-поведінки, введення курсів з КСВ в університетські програми та активізація участі бізнес-асоціацій у популяризації КСВ [1, с. 6, 45].

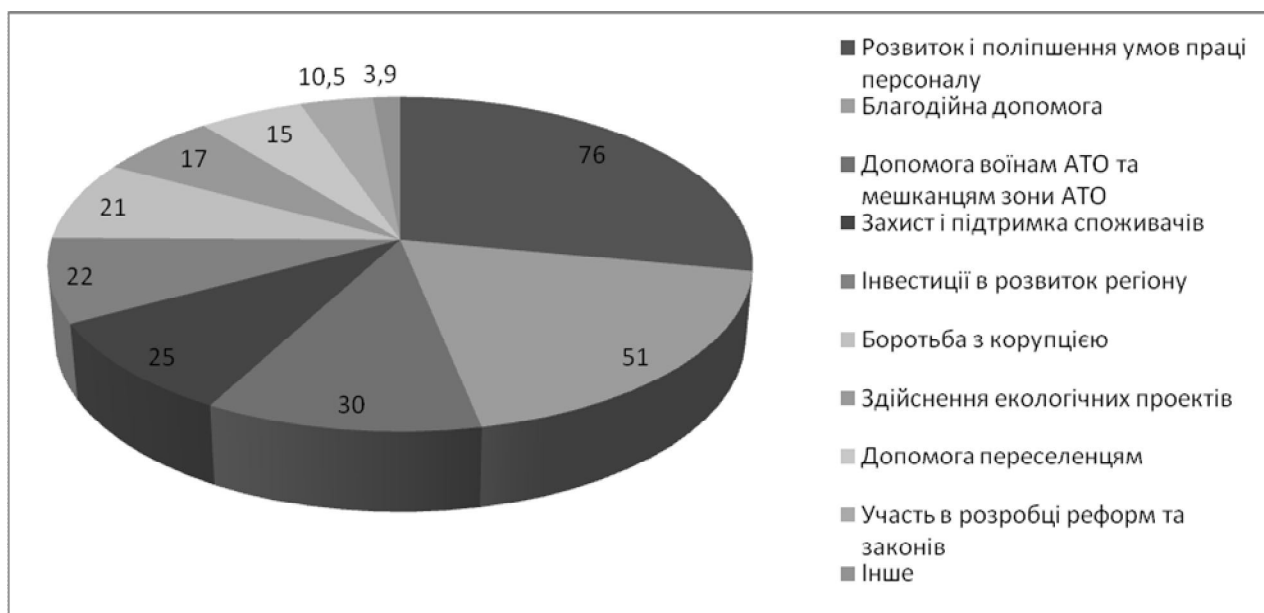


Рис. 1. Розподіл відповідей респондентів на запитання «Які заходи соціальної відповідальності здійснює Ваша компанія?», 2018 р., %

Джерело: побудовано за [1, с. 22].

Слід зазначити, що науковці вважають, що в Україні було здійснено спробу штучної популяризації КСВ підприємств без формування належного соціокультурного контексту сприйняття цієї ідеї [3, с. 102]. Як доказ наводять той факт, що за час роботи Глобального договору ООН в Україні зі списку учасників (145 компаній, що приєдналися до мережі протягом 2006-2016 рр.), було виключено 90 українських підприємств, які не подали протягом 2 років поспіль «Звіту з прогресу», в якому компанії мали повідомляти зацікавленим сторонам про роботу з реалізації цілей Глобального договору у своїй діяльності. Сьогодні учасниками мережі Глобального Договору ООН в Україні залишаються лише 55 компаній, з яких 11 – це неурядові організації, 44 – комерційні підприємства.

Також варто зазначити, що українські компанії, які впровадили принципи КСВ, є лідерами на українському ринку. Про це свідчить Індекс прозорості найбільших українських компаній, який розраховується з 2011 р. на основі аналізу та оцінювання інформації на корпоративних сайтах щодо політики КСВ та результатів її впровадження [4]. За результатами 2017 р. названий рейтинг очолило ПАТ «Миронівський хлібопродукт». За даними аналітиків, рівень розкриття інформації з КСВ на сайтах українських компаній залишається низьким. Тільки 16 зі 100 найбільших українських компаній підготували і розмістили на корпоративних сайтах нефінансові звіти. Тільки 5 компаній з ТОП-10 інтегрували звітність з досягнення Цілей сталого розвитку у свої нефінансові звіти [32, с. 4].

З метою аналізу практик КСВ найбільшої компанії з виробництва пива в Україні – Carlsberg Ukraine, що зайняла в рейтингу 9 місце, була проаналізована інформація, розміщена на її офіційному сайті.

Carlsberg Ukraine є частиною Carlsberg Group, однієї з провідних пивоварних Груп у світі. До складу Carlsberg Ukraine входять заводи, розташовані в Запоріжжі, Києві та Львові. Carlsberg Ukraine виробляє пиво, алкогольні та безалкогольні напої таких торговельних марок: Baltika, Carlsberg, «Львівське», «Арсенал», Robert Doms, Tuborg, Guinness, Kronenbourg 1664, «Жигулівське Запорізького Розливу», «Квас Тарас», Somersby, Seth&Riley's Garage, Warsteiner, Grimbergen та ін-

ші. За підсумками 2018 р. компанія Carlsberg Ukraine офіційно зайняла перше місце на ринку пива в Україні з часткою ринку 32,5% в натуральному вираженні [5].

Carlsberg Ukraine, як частина Carlsberg Group, має стратегію відповідального розвитку «Ціль 4 НУЛП: разом для майбутнього», яка почала діяти у 2017 р. і включає 4 основні цілі: нуль вуглецевого сліду, нуль втрат води, нуль безвідповідального споживання, нуль нещасних випадків. Ці цілі науково обґрунтовані та діють в рамках цілей ООН зі сталого розвитку.

Також компанія має Кодекс поведінки постачальників та ліцензіатів, в якому описані стандарти, дотримання яких очікується від всіх компаній, які бажають співпрацювати з Carlsberg. Кодекс поведінки складається з чотирьох розділів: 1) праця та права людини; 2) охорона здоров'я та праці; 3) навколишнє середовище; 4) етика бізнесу.

Аналіз практик КСВ Carlsberg Ukraine протягом 2015-2019 рр. свідчить, що більшість з них відповідають наступним цілям ООН зі сталого розвитку: 1. Подолання бідності. 3. Міцне здоров'я. 4. Якісна освіта. 6. Чиста вода та належні санітарні умови. 7. Відновлювана енергія. 8. Гідна праця та економічне зростання. 9. Інновації та інфраструктура. 11. Сталий розвиток міст та спільнот. 12. Відповідальне споживання. 13. Боротьба зі зміною клімату. 15. Збереження екосистем суші. 16. Мир та справедливість. Таким чином, моніторинг інформації на офіційному сайті Carlsberg Ukraine засвідчив, що компанія велику увагу приділяє розвитку корпоративної соціальної відповідальності.

1. Розвиток КСВ в Україні: 2010-2018 / Укладачі: А. Зінченко, М. Саприкіна. К.: Юстон, 2018. 52 с.
2. Зінченко А. Г., Саприкіна М. А. Корпоративна соціальна відповідальність 2005-2010: стан та перспективи розвитку. К.: Вид-во «Фарбований лист», 2010. 56 с.
3. Грицина Л. А. Корпоративна соціальна відповідальність підприємств: зарубіжний та вітчизняний досвід. Науковий вісник Ужгородського національного університету. 2016. Вип. 10, частина 1. С. 99-102.
4. Індекс прозорості сайтів українських компаній – 2017 / Укладачі: А. Зінченко, Н. Резнік, М. Саприкіна. К.: Видавництво «Юстон», 2018. 28 с.
5. Офіційний сайт Carlsberg Ukraine. URL: <https://carlsbergukraine.com/>

УДК 330.131.5-048.32

КІБАЛЕНКО О.С., магістрантка

Науковий керівник – **ПОНЕДІЛЬЧУК Т.В.**, канд. екон. наук

Білоцерківський національний аграрний університет

ЕКОНОМІЧНА ЕФЕКТИВНІСТЬ ДІЯЛЬНОСТІ ПІДПРИЄМСТВА ТА ШЛЯХИ ЇЇ ПІДВИЩЕННЯ

Дослідивши сутність поняття «економічна ефективність», встановлено, що під ефективністю слід розуміти економічну категорію, яка відображає виробничі відносини щодо економії сукупних затрат уречевленої та живої праці на отримання кінцевого позитивного результату. Доведено, що підвищення економічної ефективності будь-якого суб'єкта господарювання відіграє визначну роль у його діяльності, тому існує потреба постійного контролю та пошуку шляхів її зростання.

Ключові слова: ефективність, виробництво, підприємство, ефективність виробництва, економічна ефективність, витрати, управління.

Ефективність діяльності підприємств на сьогодні є однією з найважливіших умов для забезпечення нормального функціонування і розвитку всього підприємництва в цілому. Ефективність діяльності сільськогосподарського виробництва проявляється в досягненні максимально корисного кінцевого результату при мінімізації ресурсів, які дали результат.

Зазначимо, що визначення ефективності виробництва полягає в розгляді його результатів. Іншими словами результатами можуть бути обсяги виготовленої продукції в натуральному, вартісному вигляді.

Під час здійснення ефективності діяльності підприємства необхідно постійно аналізувати показники фінансово – господарської діяльності, визначати місце даного підприємства на ринку та шукати вигідні можливості для подальшого розвитку цього підприємства з урахуванням усіх факторів які впливають.

Після розгляду сутності економічної ефективності можна сказати, що на її результативність впливають позитивні та негативні фактори. Іншими словами позитивні фактори, це вплив який покращує певною мірою показники діяльності підприємства, а негативні – навпаки. До шляхів підвищення ефективності діяльності також відносять сукупність конкретних заходів і напрямках діяльності, адже тільки тоді за їх допомогою можна досягти поліпшення якості та конкурентоспроможності продукції підприємства та економії ресурсів.

На сьогодні майже всі вітчизняні підприємства використовують закордонні системи показників ефективності, які вимірюють дані по ефективності, управляють й закономірно розвиваються, тому вони розуміють, як оптимізувати свої процеси, використовувати ринкові можливості також зменшувати собівартість та дотримуватися нормативних вимог, і тим самим розвивати свою діяльність в процесах зовнішнього середовища.

Можна зробити висновок що економічна ефективність діяльності підприємства це іншими словами здатність або властивість даного господарства формулювати і досягати свої цілей з урахуванням впливу таких чинників як зовнішні та використовувати внутрішні умови функціонування та досягнення поставлених цілей, користуючись всіма ресурсами та засобами, орієнтуючись на вирішення проблем які виникають на підприємстві.

1. Андрійчук В.Г. Ефективність діяльності аграрних підприємств: теорія, методика, практика, аналіз: монографія. Київ:КНЕУ, 2005. 292 с.
1. Бойчик І.М. Економіка підприємства: [навч. посіб.] / І.М. Бойчик. – [2-ге вид.]. – К.: Атіка, 2007. - 528 с.
2. Суліма Н.М., Степасюк Л.М., Величко О.В. Економіка і фінанси підприємства: підручник. Київ: Компринт, 2015. 465 с.
3. Економіка підприємства: [підручник] / За заг. Редакцією С.Ф. Покропивного. – Вид. 2-ге, перероб. та доп. – К.: КНЕУ, 2011. - 451 с.
4. Савенко Н.В. Економічна сутність ефективності виробництва підприємства і аналіз підходів до її визначення. Інноваційна економіка. 2009. № 2. С. 153–162.

UDC 336.77: 658.15

STANEVA D.Y., undergraduate

Scientific adviser – **GRINCHUK Yu.S.**, PhD in Economics

Bila Tserkva National Agrarian University

THEORETICAL BASIS OF ENTERPRISE ASSET MANAGEMENT

Theoretical bases of enterprise asset management are investigated. The results of a systematic analysis and integrated approach to designing have made it possible to develop a set of measures to improve the efficiency of managing the assets of enterprises and to ensure control over its practical implementation.

Keywords: activity management, enterprise assets, market economy, asset management system, profit, inventory control, economic analysis.

Asset management is the largest part of financial management operations. This is due to the large number of elements of its internal material and financial composition, which requires individualization of management; high dynamics of transformation of its species; priority role in ensuring solvency, profitability and other targeted results of the operating activities of the enterprise [3, p. 22-23].

Working capital management policies must ensure a trade-off between the performance of the business and the risk of liquidity loss. If receivables, cash and inventories are maintained at sufficiently low levels, then the probability of insolvency or shortfall is profitable.

If the majority of the company's resources are invested in non-current assets, there are no working capital reserves, with certain deviations from the planned sales volumes and payment receipts, there may also be irregularities with the creditors. With the increase of the net working capital the risk of liquidity decreases [3, p. 22-23].

A completely different relationship exists between the income and the level of net working capital. Due to its low value, productive activity is not supported properly, liquidity loss, recurrent downtime and low profitability are possible.

At some optimal level of net working capital and its components, the profit becomes maximum, and any deviation from it is in principle undesirable. In particular, the unjustified increase in the value of working capital leads to the accumulation of non-involved in the production of current assets, as well as unnecessary costs of financing them, which causes a decrease in profits [4, p. 128].

According to the National Accounting Regulation, assets are assets controlled by the enterprise as a result of past events, the use of which is expected to result in future economic benefits. This Regulation defines the content and form of the Balance Sheet and the general requirements for the disclosure of its Articles. A balance sheet is a statement of financial position of an enterprise that reflects, at a particular date, its assets, liabilities and equity. It has the form of a table consisting of two parts, namely the asset and the liability, where their sources are grouped [1].

Assets traditionally include enterprise-controlled resources, the use of which causes an increase in economic effects. They include all tangible assets, intangible assets and assets belonging to the entity at a particular date, their placement and use. The following groups of assets are included in the enterprise's balance sheet:

- current assets (cash and cash equivalents not restricted in use, as well as other assets intended for sale or consumption during the operating cycle or for 12 months);
- non-current assets (unfinished construction, fixed assets, long-term financial investments, long-term receivables, deferred tax assets and other non-current assets);
- non-current assets held for sale and disposal group [3, p. 20–21].

One of the important features of the enterprise is its relationship with the external environment and a significant dependence on the latter, which is manifested in the need to obtain assets for its operation and expand the range of its customers who use the results of the enterprise.

The enterprise cannot remain isolated, it needs to interact with other objects that make up the micro and macro environment to provide conditions for existence and development [3, p. 22].

The results of a systematic analysis and integrated approach to design make it possible to develop a set of measures to improve the efficiency of managing the assets of the enterprises and to control its practical implementation in the following areas:

- reducing the duration of the operating cycle by intensifying production (use of the latest technologies of mechanization and automation of production processes, improving the level of productivity, fuller utilization of production capacity of the enterprise, labor, material resources, etc.), as well as increasing control over the movement of the most important categories of inventories (based on ABC analysis) and distribution according to the structure of their consumption;
- improvement of the organization of logistical supply with the purpose of uninterrupted and rhythmic maintenance of production of material resources;
- acceleration of the process of shipment of products and registration of settlement documents, application of effective forms of regulation of the average balance of monetary assets (reduction of cash payments, opening of a "credit line" in the bank, use of a fleet), promising forms of refinancing of

accounts receivable, development of mechanisms for cashless payments and the creation of cashless payments systems of control over the movement of receivables and cash.

Applying a systematic analysis and comprehensive approach to managing the assets of the enterprise allows you to distinguish the elements of individuality and to define its composition as a system, to determine the way in which different forms and types of assets are related, its nature (static, dynamic), to identify the dominant factors, to establish the level of integrity of the system, to study interaction with the external environment [10].

Asset management should comprehensively and comprehensively cover all areas of activity that can be achieved through the implementation within the enterprise of a certain set of processes, which is an algorithm or sequence of interrelated and interdependent actions, management decisions to achieve this goal.

1. Pro zatverdzhennia Natsionalnoho polozhennia (standartu) bukhgalterskoho obliku. Zahalni vymohy do finansovoi zvitnosti: dokument z0336-13 / Kabinet Ministriv Ukrainy, chynnyi, potochna redaktsiia vid 14 bereznia 2017 r., pidstava z0267-17.
2. Berdar M.M. Finansy pidpriemstv: navch. posib. Kyiv: Tsentр uchbovoi literatury, 2010. 352 s.
3. Blank I.O., Sytnyk H.V. Upravlinnia finansamy pidpriemstv: pidruch. Kyiv: vydavnytstvo KNEU, 2006. 780 s.
9. Sharapov O.D., Derbentsev V.D., Semonov D.Ie. Systemnyi analiz: navch.-metod. posibnyk. Kyiv: KNEU, 2003. 154 s.

УДК 005.95/.96:005.32

РЯБУШЕНКО А.С., магістрант

Науковий керівник – **ВИХОР М.В.**, канд. екон. наук

Білоцерківський національний аграрний університет

СУЧАСНІ ПІДХОДИ ДО МОТИВАЦІЇ ПЕРСОНАЛУ УПІДПРИЄМСТВАХ

Досліджено концептуальні підходи до формування сучасної системи мотивації праці у підприємствах. Проаналізовано окремі практичні підходи до мотивації персоналу відомих менеджерів. Визначено основну мету стимулювання персоналу та потреби її вдосконалення відповідно до сучасних ситуацій в організаціях.

Ключові слова: персонал, мотивація праці, підприємства, менеджмент.

Реалізація інноваційної моделі розвитку потребує створення на державному рівні відповідних системних умов прогресивної мотивації та стимулювання трудової діяльності населення. Успіх підприємства безпосередньо залежить від якості роботи кожного окремого співробітника.

В останні десятиліття відбулися зміни в управлінні підприємствами, в результаті яких "людський чинник" почали розглядати як основний фактор досягнення довгострокового успіху. Висококваліфікований, правильно організований персонал визначає долю будь-якого підприємства. Створюючи концепцію мотивації на підприємстві, потрібно визначитися з об'єктами застосування певних видів матеріального і морального стимулювання [3]. Окремі їх види можуть застосовуватись до всіх категорій співробітників, деякі – до керівного персоналу.

Як зазначав Генрі Форд «тільки два стимули примушують працювати людей: спрага заробітної плати і боязнь її втратити». Таким чином, гроші – це найбільш очевидний засіб, яким підприємство може винагородити працівників. Прихильники теорії організації праці стверджують, що найважливіше значення мають соціальні потреби людей, у той час як прихильники теорії наукового управління стверджують, що винагородження матеріально-економічного характеру обов'язково призводять до посилення мотивації. Варто зазначити, що на мотивацію впливають різноманітні стимули, серед яких: система економічних нормативів і пільг, рівень заробітної плати і справедли-

вість розподілу прибутків, умови праці, стосунки в колективі, кар'єрний розвиток, творчий порив і цікава робота, бажання самоствердитися і постійний ризик, жорсткі зовнішні команди і внутрішня культура тощо. Стимули відіграють важливу роль у трудовій діяльності людини. Без них трудова діяльність не може здійснюватися доцільно.

Кожне підприємство самостійно обирає для себе найбільш прийнятне поєднання матеріального та соціально-психологічного стимулювання працівників для досягнення цілей. Від успішності цього рішення залежить швидкість та можливість досягнення поставлених цілей, а також ефективність роботи як окремих працівників, так і підприємства в цілому.

Проте під впливом ряду чинників, у тому числі таких як ступінь особистої відповідальності, відношень з керівником, і т.д. у працівника може наступити розчарування у своїй діяльності. Однак керівництво зацікавлено в тому, щоб працівники творчо і з наснагою відносилися до своїх обов'язків.

Одну з найбільш успішних систем мотивації персоналу було розроблено Уолтом Діснеєм. Відомий британський політичний сатирик Девід Лоу писав про нього так: «Дісней – перш за все керівник, який постійно шукає більшого, ніж просто комерційний успіх. Це особливий стиль керівництва». Цей стиль досі вивчають сучасні психологи, він описаний в науковій літературі [1].

Сучасний керівник підприємства повинен бути великим майстром з питання створення команди однодумців та мати неабиякі лідерські якості. Навіть у промові і поведінці У. Діснея завжди були присутні обидва види мотивації: позитивна та негативна. Сьогодні справжній менеджер повинен поєднувати в собі два типи особистості: «людина Мрійник» - це керівник, який досить лояльно виражає своє ставлення до підлеглих та «людина Критик», яка досить часто намагається критикувати підлеглих та давати вказівки лише в необхідних ситуаціях [3].

Ефективне стимулювання персоналу є одним з найбільш істотних чинників конкурентоспроможності сучасних підприємств. Щоб не дозволити втрату потенційного прибутку, сучасний менеджер повинен досягти максимальної віддачі від своїх підлеглих. Для ефективного управління таким ресурсом як люди менеджеру необхідно виділити визначені параметри роботи, що доручаються працівникам, змінюючи ті, які можуть впливати на психологічні стани виконавців, тим самим мотивуючи або демотивуючи їх. Кваліфіковано спроектована робота у підприємстві повинна створювати внутрішню мотивацію, відчуття особистого внеску в продукцію, що випускається та послуги, які надаються. Людина – істота соціальна, а значить, почуття співпричетності здатне викликати в ній глибоке психологічне задоволення [2].

1. Виханский О.С. Менеджмент: підручник / О.С. Виханский, А. І. Наумов. - 3-е вид. - М.: Гардарики, 2013. - 528 с.
2. Іванченко Г.В. Особливості використання нематеріальних стимулів на вітчизняних підприємствах / Г.В. Іванченко // Економіст. - 2012. - № 3. - С. 2123.
3. Занюк С. Психологія мотивації: навчальний посібник / С. Занюк. - К.: Либідь, 2002. - 304 с.

ЗМІСТ

Крут Т.І. Розвиток сільськогосподарської кооперації в Україні.....	3
Гаманов М.В. Економічна оцінка ефективності використання виробничих ресурсів аграрними підприємствами.....	4
Маринчук М.С. Економічна оцінка ефективності інвестиційної діяльності агропромислових підприємств.....	6
Нгуьор D. Analytical estimation of enterprise profit (on the example of LTD «ROSER»).....	8
Троянова А.С. Особливості організації та обліку касових операцій в мережі супермаркетів.....	10
Подолянюк М.О. Особливості організації та обліку розрахунків з постачальниками в мережі супермаркетів.....	11
Бутенко В.О. Методичні аспекти облікового забезпечення власного капіталу підприємства.....	12
Устименко Д.Л. Стратегія, система та політика управління ризиками ПАТ «ОЩАД-БАНК».....	15
Коваленко Н.С., Кравчук А.В. Особливості впровадження електронного Урядування в Україні.....	17
Кучерук Т.С., Заболотня А.В. Переваги сільського «зеленого» туризму.....	19
Баліцька Н.І. Впровадження сучасних управлінських моделей в практику публічного менеджменту в Україні.....	20
Петренко А.В. Напрями підвищення продуктивності праці персоналу підприємства.....	22
Лиховидько А.Ю. Управління результативністю використання потенціалу підприємства.....	23
Мартинчук В.В. Особливості управління системою постачання та збуту АТ «Житомирський маслозавод».....	25
Пустовіт Ю.І. Нормативно-правове та інституційне забезпечення регіонального розвитку.....	27
Нлува N.S. Pricing as one of the main factors for product competitiveness.....	29
Падалка В.О. Напрями підвищення ефективності управління оборотним капіталом підприємства.....	30
Корчевний Д.О. Оцінка ефективності використання капіталу в господарській діяльності аграрних підприємств (на прикладі ТОВ «Авангард»).....	31
Ступак М.А. Сучасні реалії розвитку вітчизняного фондового ринку.....	33
Сугаков С.С. Удосконалення управління виробничо-збутовою діяльністю у фермерських господарствах.....	35
Ліченко В.С. Збутова стратегія як інструмент управління конкурентоспроможністю підприємства.....	36
Ковальчук Д.В. Особливості управління необоротними активами підприємства (на прикладі квартирно-експлуатаційного відділу м. Біла Церква).....	38
Баришполь Н.В. Управління дебіторською заборгованістю на підприємстві.....	40
Волицька А.О. Управління кредитним ризиком АТ “Ощадбанк”.....	42
Ігнатенко Є.О. Сучасний стан ПАТ «БАНК «УКРАЇНСЬКИЙ КАПІТАЛ».....	43
Камінська Н.Д. Оптимізація структури капіталу СК «УНІВЕРСАЛЬНА».....	45
Однорог М.Ю. Фінансовий аналіз СК «УНІКА» на страховому ринку України.....	46
Reshetnyuk V.S. Insurance as an important element of enterprise financial security.....	49
Верхолат В.В. Оптимізація джерел формування фінансових ресурсів підприємства.....	51
Ткаченко Д.Ю. Імплементация норм базельських угод в контексті забезпечення фінансової безпеки банківської системи.....	53
Зінченко Д.В. Напрями підвищення ефективності управління дебіторською заборгованістю підприємств.....	54
Ходань С.Д. Оптимізація структури фінансових ресурсів підприємств в умовах динамічного середовища.....	57
Охримович Т.С. Управління дебіторською та кредиторською заборгованістю підприємств з метою збалансування його грошових потоків.....	59
Фунг Х. Ринок вживаної техніки в Україні: стан та перспективи розвитку.....	62

Павліщук О.О. Удосконалення процесів виробничої діяльності підприємства.....	63
Крикливий М.В. Оцінка ліквідності підприємства на прикладі ТОВ «Сільпо-фуд».....	65
Сивоконь В.В. Особливості формування фінансових ресурсів підприємства.....	67
Пилипенко І.М. Напрями удосконалення процесу матеріально-технічного забезпечення на підприємстві.....	69
Могно А.В. Шляхи удосконалення виробничо-підприємницької діяльності аграрних підприємств.....	70
Кривошея Л.А. Формування логістичної системи на підприємстві.....	73
Альмужний Є.В. Методичні підходи до оцінки конкурентних позицій підприємства на зовнішніх ринках.....	75
Лютенко С.О. Особливості формування фінансової звітності малими підприємствами....	77
Кулакевич Ю.В. Особливості розвитку спільних підприємств в Україні.....	80
Парасв І.М. Інформаційне забезпечення аналізу фінансової безпеки підприємства.....	82
Вітрук М.Я. Кошторис як основний фінансовий документ бюджетної установи.....	84
Ворона Л.С. Методичні підходи до оптимізації структури капіталу підприємства.....	87
Гуцол А.А. Особливості здійснення інноваційних банківських технологій з розрахунково-касового обслуговування клієнтів банків.....	89
Дорошенко О.А. Особливості здійснення оцінки інвестиційної привабливості та кредитоспроможності вітчизняних підприємств.....	91
Дробина Р.О. Методичні підходи до визначення кредитоспроможності позичальників – суб'єктів малого бізнесу.....	94
Зайчук І.В. Економічний зміст категорії «нематеріальні активи».....	97
Куцаченко Т.В. Зарубіжний досвід формування інвестиційної політики пенсійних фондів.....	99
Паламарчук Ю.С. Особливості банківської діяльності на ринку цінних паперів.....	102
Прибітько М.В. Економічний зміст поняття «фінансова стійкість» підприємства.....	105
Рябініна О.В. Основні принципи стратегічного управління доходами підприємства.....	107
Старинко Т.В. Напрями удосконалення нормативних аспектів системи управління оборотними активами підприємства.....	109
Котенко А.В. Особливості розвитку франчайзингової форми ведення підприємницької діяльності.....	111
Шкляр О.О. Формування комплексної системи показників оцінки ефективності банківської діяльності.....	113
Ющенко Ю.О. Напрями удосконалення системи управління закупівлями в установах державного сектору.....	115
Обелець А.О. Аналіз ефективності управління фінансовими ризиками суб'єкта господарювання ПАТ «ШАМРАЇВСЬКЕ».....	118
Ігнатенко Н.О. Особливості розвитку міжнародного партнерства на сучасних світових ринках.....	120
Мазніцька Ю.А. Проблеми виробництва молока та шляхи вирішення.....	122
Васильченко С.В. Характеристика основних етапів розробки рекламної кампанії на зовнішніх ринках.....	123
Попович Т.В. Стрес-тестування річної звітності ПрАТ «СК «УНІКА».....	126
Дрозд Д.О. Аналіз розвитку корпоративної соціальної відповідальності в Україні.....	128
Кібаленко О.С. Економічна ефективність діяльності підприємства та шляхи її підвищення.....	130
Staneva D.Y. Theoretical basis of enterprise asset management.....	131
Рябушенко А.С. Сучасні підходи до мотивації персоналу у підприємствах.....	133