



МІНІСТЕРСТВО ОСВІТИ І НАУКИ УКРАЇНИ
Державний вищий навчальний заклад
«КИЇВСЬКИЙ НАЦІОНАЛЬНИЙ ЕКОНОМІЧНИЙ
УНІВЕРСИТЕТ імені ВАДИМА ГЕТЬМАНА»



ІНСТИТУТ БІЗНЕС-ОСВІТИ

**СУСПІЛЬСТВО В ХХІ СТОЛІТТІ:
ПРОБЛЕМИ ТА ПЕРСПЕКТИВИ РОЗВИТКУ**

**Збірник матеріалів
Першої науково-практичної інтернет-конференції
4 жовтня 2018 року**

Редакційна колегія конференції:

*Поручник А.М., д.е.н., професор, голова редакційної колегії,
Ткаченко О.В., к.е.н., доцент,
Кулага І.В., к.е.н., доцент,
Москалюк Н.П., к.е.н., доцент,
Гребешкова О.М., к.е.н., доцент.*

С 90 Суспільство в ХХІ столітті : проблеми та перспективи розвитку [Електронний ресурс]: Зб. матеріалів Першої науково-практичної інтернет-конференції; 4 жовтня 2018 р. — Київ : КНЕУ, 2018. — 86 с.

ISBN 978-966-926-266-0

У збірнику представлені тези доповідей учасників конференції за основними науковими напрямками її роботи: конкурентоспроможність як ключовий фактор розвитку, соціальна відповідальність бізнесу, правові аспекти розвитку національної та міжнародної економіки.

УДК 316.32"20"(06)

Матеріали публікуються в авторській редакції.

*Відповідальність за науковий рівень тез доповідей, обґрунтованість висновків,
достовірність результатів несуть автори.*

У разі використання матеріалів збірника посилання на авторів і видання обов'язкове.

*Розповсюджувати та тиражувати
без офіційного дозволу КНЕУ забороняється*

**ТЕМАТИЧНІ НАПРЯМИ РОБОТИ
ПЕРШОЇ НАУКОВО-ПРАКТИЧНОЇ ІНТЕРНЕТ-КОНФЕРЕНЦІЇ
«СУСПІЛЬСТВО В ХХІ СТОЛІТТІ: ПРОБЛЕМИ ТА ПЕРСПЕКТИВИ РОЗВИТКУ»:**

- Конкурентоспроможність як ключовий фактор розвитку.
- Соціальна відповідальність бізнесу.
- Правові аспекти розвитку національної та міжнародної економіки.

Організатори конференції:

- ДВНЗ «Київський національний економічний університет імені Вадима Гетьмана»
- Інститут бізнес-освіти КНЕУ

Організаційний комітет конференції:

- **Поручник А.М.** – голова оргкомітету, Директор Інституту бізнес-освіти, д.е.н., професор, завідувач кафедри міжнародної економіки ДВНЗ «Київський національний економічний університет імені Вадима Гетьмана»
 - Аржевітін С.М. – д.е.н., завідувач кафедри банківської справи, ДВНЗ «Київський національний економічний університет імені Вадима Гетьмана»
 - Галенко О.М. – д.е.н., професор, завідувач кафедри міжнародного обліку і аудиту, ДВНЗ «Київський національний економічний університет імені Вадима Гетьмана»
 - Мозговий О.М. – д.е.н., професор, завідувач кафедри міжнародних фінансів, ДВНЗ «Київський національний економічний університет імені Вадима Гетьмана»
 - Панченко Є.Г. – д.е.н., професор, завідувач кафедри міжнародного менеджменту, ДВНЗ «Київський національний економічний університет імені Вадима Гетьмана»
 - Петюх В.М. – к.е.н., професор, завідувач кафедри управління персоналом та економіки праці, ДВНЗ «Київський національний економічний університет імені Вадима Гетьмана»
 - Прохорова Є.В. – к.е.н., доцент, в.о. завідувача кафедри стратегії бізнесу, ДВНЗ «Київський національний економічний університет імені Вадима Гетьмана»
 - Терещенко О.О. – д.е.н., професор, завідувач кафедри корпоративних фінансів і контролінгу, ДВНЗ «Київський національний економічний університет імені Вадима Гетьмана»
 - Федорченко А.В. – д.е.н., професор, завідувач кафедри маркетингу, ДВНЗ «Київський національний економічний університет імені Вадима Гетьмана»
 - Циганкова Т.М.- д.е.н., професор, завідувач кафедри корпоративних фінансів і контролінгу, ДВНЗ «Київський національний економічний університет імені Вадима Гетьмана»
 - Швиданенко Г.О. – к.е.н., професор, завідувач кафедри економіки та підприємництва, ДВНЗ «Київський національний економічний університет імені Вадима Гетьмана»
 - Шигун М.М. – д.е.н., професор, завідувач кафедри обліку і оподаткування, ДВНЗ «Київський національний економічний університет імені Вадима Гетьмана»
 - Шимон С.І. – д.ю.н., доцент, завідувач кафедри правового регулювання економіки, ДВНЗ «Київський національний економічний університет імені Вадима Гетьмана»
 - Ткаченко О.В. – к.е.н., доцент, кафедра економічної теорії, ДВНЗ «Київський національний економічний університет імені Вадима Гетьмана»
 - Кулага І.В. – к.е.н., доцент, кафедра економічної теорії, ДВНЗ «Київський національний економічний університет імені Вадима Гетьмана»
 - Москалюк Н.П. – к.е.н., доцент, кафедра міжнародної економіки ДВНЗ «Київський національний економічний університет імені Вадима Гетьмана»
 - Гребешкова Олена Миколаївна – к.е.н., доцент, кафедра стратегії бізнесу, ДВНЗ «Київський національний економічний університет імені Вадима Гетьмана»

ЗМІСТ

СЕКЦІЯ 1. КОНКУРЕНТОСПРОМОЖНІСТЬ ЯК КЛЮЧОВИЙ ФАКТОР РОЗВИТКУ	6
Бабіч В.Ю. Впровадження сонячних електростанцій – основа для енергетичної незалежності України.....	6
Бенюк Л.П. Ключові особливості мотивації іноземних корпорацій щодо виходу на зарубіжні ринки..	7
Белова О.І. Стимулювання інноваційної активності персоналу підприємства.....	9
Білеуш М.М. Наукові підходи до формування бізнес-моделі підприємства.....	11
Білий Д.І. Конкурентоспроможність як фактор розвитку інститутів спільного інвестування.....	11
Бляшук С.Г. Використання smart-технологій як спосіб підвищення конкурентоспроможності інноваційного ринку праці.....	13
Бурлуцька О.В. Особливості оцінювання ефективності стратегії розвитку на прикладі АСК «Укррічфлот».....	14
Васько Я.В. Фінансовий аутсорсинг як механізм підвищення глобальної конкурентоспроможності ТНК.....	16
Вікторов Б.В. Конкурентні переваги глобальних виробничих мереж.....	17
Волков К.Д. Інтернет-маркетинг у глобальному готельному бізнесі.....	19
Галка І.О. Особливості здійснення прямих іноземних інвестицій в Україні (на прикладі компанії Siemens та BASF).....	20
Гриб О.М. Роль мотивації персоналу для підвищення конкурентоспроможності підприємства.....	22
Дармограй Н.О. Реалізація національних економічних інтересів України у міжнародному економічному співробітництві.....	23
Демінко М.В. Обґрунтування вибору аналітичної моделі для здійснення VMB –аналізу на підприємстві.....	25
Дідус А.С. Обґрунтування напрямів диверсифікації діяльності підприємства.....	26
Дубинець Н.О. Корпоративна реструктуризація: сутність, форми та нормативно-правове регулювання.....	28
Іваницька О.В. Аналіз системи обліку основних засобів та ефективності їх використання.....	28
Ковтун Д.В. Реструктуризація підприємства як інструмент досягнення конкурентних переваг.....	30
Копійка Д.В. Імператив розвитку креативної економіки.....	32
Корнійко В.В. Особливості бухгалтерського та податкового обліку операцій з експорту.....	33
Кочук С.І. Алгоритм реалізації стратегічних пріоритетів економічної політики держави.....	34
Кузьмік В.О. Оцінювання результативності функціонування бізнесу.....	36
Липовенко Д.М. Оцінка ефективності інвестиційних проектів.....	37
Лук'яненко Н.В. Управління кредитоспроможністю підприємства як основа сталого розвитку в ринкових умовах.....	38
Мельниченко І.А. Стратегічний підхід до дослідження економічної стійкості підприємства.....	40
Науменко С.А. Valuation of the bank.....	41
Олефір Д.О. розвиток біоенергетики як ключовий аспект створення конкурентоспроможного середовища на ринку відновлювальних джерел енергії.....	42
Панченко Д.І. Шляхи вдосконалення системи гарантування вкладів в Україні.....	44
Пивоварова Н.В. Особливості використання інструментів інтернет-маркетингу у сфері надання розважальних послуг.....	45
Романенко О.О. Моделі вартісного оцінювання капіталу підприємства.....	47
Рудь В.М. Тенденції розвитку сучасного бізнес-простору.....	48
Сапронова О.К. Методичні підходи оцінки ефективності використання оборотного капіталу.....	49
Скочій С.В. Факторний аналіз формування прибутку виробничого підприємства.....	51
Смирнов Є.Є. Наукова проблематика визначення корпоративного зростання бізнесу.....	52
Твердохлібова О.В. Соціальна відповідальність бізнесу в сфері дизайну та архітектури.....	53
Тимошенко Т.М. Тренди розвитку консалтингових послуг в Україні.....	55
Філіпенко М.К. Людський капітал, його роль та структура в постіндустріальній економіці.....	56
Шовкопляс К.М. Формування облікової інформації про наявність і вибуття виробничих запасів, аналіз ефективності їх використання.....	58
Шпеко С.М. Шляхи підвищення конкурентоспроможності ПАТ «Укрзалізниця».....	60

СЕКЦІЯ 2. СОЦІАЛЬНА ВІДПОВІДАЛЬНІСТЬ БІЗНЕСУ.....62

Андреева К.А. Institutional cooperation of the United Nations humanitarian agencies in the sphere of human rights protection as a key aspect of the development of global social responsibility of the organization.....62

Деркач О.М. Дослідження порушень принципів соціальної відповідальності компаніями, які позиціонують себе як соціально відповідальні.....63

Леонтенко О.М. Соціальна відповідальність у роботі департаментів персоналу.....65

Малов Д.Ю. Реалізація принципу соціальної відповідальності ALD Automative.....66

Могилевич М.Е. Ключові аспекти та тенденції соціальної відповідальності у сфері роздрібно́ї торгівлі.....68

Просянчук В.Л. Соціальна відповідальність як чинник економічної безпеки підприємства.....70

Садчиков О.О. Соціальна відповідальність європейських дочірніх компаній малого масштабу на ринку України.....71

Соловійова А.А. Українські реалії соціальної відповідальності бізнесу.....72

Стожок А.Ю. Соціальний інтерес як фактор розвитку соціальної відповідальності.....74

Федорова В.В. Кодекс етики в професійній діяльності бухгалтера і аудитора.....75

Чакалова К.О. Соціальна відповідальність бізнесу на внутрішньому ринку праці.....77

Шевчук І.А. екологічний слід – від глобальних практик до нестабільних ринків.....78

СЕКЦІЯ 3. ПРАВОВІ АСПЕКТИ РОЗВИТКУ НАЦІОНАЛЬНОЇ ТА МІЖНАРОДНОЇ ЕКОНОМІКИ.....80

Дулінець Т.Є. Зниження чистих активів ТОВ до нуля перетворює всі правочини у значні.....80

Піддубчак М.О. Причини та умови існування корупції у сфері національної економіки України.....82

Яковенко В.М. Правовий статус прокуратури України та країн ЄС: порівняльно-правовий аналіз...84

*Бабіч В.Ю.,
магістрант,
Інститут бізнес-освіти
ДВНЗ «КНЕУ імені Вадима Гетьмана»*

ВПРОВАДЖЕННЯ СОНЯЧНИХ ЕЛЕКТРОСТАНЦІЙ – ОСНОВА ДЛЯ ЕНЕРГЕТИЧНОЇ НЕЗАЛЕЖНОСТІ УКРАЇНИ

В умовах економічної та енергетичної кризи в Україні, спричинених бойовими діями на сході України та окупацією її територій, вкрай актуальними є завдання диверсифікації традиційних джерел енергії (вугілля, газу, мазуту), впровадження енергозберігаючих технологій, а також розвитку електростанцій, що працюють на відновлюваних джерелах енергії (ВДЕ).

Відновлювана енергетика – це дорога до економічного зростання та енергонезалежності нашої держави. Сонячна енергетика України почала активно розвиватись в 2009-му році, з появою профільного законодавства і введенням «зелених» тарифів [1]. Не зважаючи на квазі-ринковий характер на початковому етапі запровадження, на поточний момент сонячна енергетика набрала цілком ринкових умов. Понад це, учасниками ринку сьогодні можуть стати не тільки компанії, а й звичайні фізичні особи, які облаштували в себе вдома сонячну електростанцію і продають електроенергію в мережу за «зеленим» тарифом. Як підсумок, на початок 2018 році встановлені потужності відновлюваних джерел енергії в Україні перевищили 1 ГВт і український ринок renewable energy перебуває в центрі уваги ключових світових гравців [2,3].

Якщо говорити про питому частку відновлюваної енергетики в загальному енергобалансі країни, то цей показник на 31.12.2017 року становив близько 2,3%. У 2017 році виробництво електроенергії сонячними електростанціями в Україні склало 0,7 млрд. кВт*год. [3].

Аналіз ринку фотоелектричного обладнання виявив певну специфіку: ділення на 2 сектори – по суті 2 різних ринки: фотоелектричних перетворювачів, які застосовуються для будівництва сонячних електростанцій з метою отримання прибутку від продажу виробленої електроенергії до Оптового ринку електроенергії (оператор ДП "Енергоринку") за високою ставкою «зеленого» тарифу, та фотоелектричних перетворювачів, які застосовуються для вироблення електроенергії для власного споживання.

Потенціал українських СЕС за даними IRENA [4] наведено на рис. 1.

Фотоелектричні перетворювачі, мають відповідати таким вимогам:

- наявність сертифікатів відповідності українським, зарубіжним та міжнародним стандартам (ГОСТ, ISO та ін);
- забезпечення високоефективного й економічно виправданого фотоелектричного перетворення сонячного випромінювання;
- відповідність екологічним вимогам;



Рис.1. Потенціал сонячної енергії в Україні.

- ергономічність;
- надійність в експлуатації;
- налагоджений передпродажний і післяпродажний сервіс;
- можливість продажу виробленої електроенергії за «зеленим» тарифом;
- можливість поставки «під ключ» за бажанням замовника.

Дослідження показали, що основним спонукаючим фактором для українського споживача на ринку сонячної електроенергії при купівлі фотоелектричних перетворювачів є: ціна, наявність сертифікатів та наявність не менше як 50% української складової, для отримання «зеленого тарифу».

Українські нормативно-правові акти, що регулюють застосування так званого «зеленого тарифу», створюють умови для інвестування в сонячні електростанції. Зокрема Законом України «Про електроенергетику» встановлено один з найбільших зелених тарифів в серед країн Європи. Крім того, держпідприємство «Енергоринок» зобов'язане купувати електроенергію вироблену по «зеленому тарифу». Водночас, урахуовуючи певні розбіжності у вартості реалізації електроенергії по «зеленому тарифу» для приватних осіб і для комерційних об'єктів, період окупності сонячної електростанції складає 5-6 років, що робить створення сонячних електростанцій економічно доцільним. Внутрішня норма прибутковості в будівництво сонячної електростанції за своєю прибутковості перевершує банківські депозити або вкладення в об'єкти нерухомість.

Проте, поряд із явними перевагами, сонячні електростанції мають і ряд недоліків, пов'язаних із залежністю від погодних умов, що призводить до миттєвих значних коливань потужності. Відповідно до Закону України «Про ринок електричної енергії», починаючи з 2021 року, власники СЕС повинні будуть поступово забезпечувати балансування відхилень власної фактичної генерації від планових значень [8].

Список використаних джерел:

1. Закон України «Про електроенергетику» від 16.10.1997 № 575/97-ВР.
2. Закон України «Про альтернативні джерела енергії» № 555-IV від 20.02.2003.
3. План розвитку об'єднаної енергетичної системи України на 2017-2026 роки (<https://ua.energy/majbutnye-ukrenergo/plan-rozvytku-oes-ukrayiny/>).
4. www.irena.org/remap.
5. Матвійчук Л.Ю., д.е.н., Герасимчук Б.П. «Економічна доцільність використання альтернативних джерел енергії» Луцький національний технічний університет.
6. Семчук І.А. «Стан розвитку маркетингової політики з виробництва біопалива в Україні». ЕКОНОМІКА. ФІНАНСИ. МЕНЕДЖМЕНТ: актуальні питання науки і практики, 2015, №4.
7. <https://pvsolar.com.ua/promislovi-ses/>
8. Закон України «Про ринок електричної енергії». [Електронний ресурс] / Режим доступу: <http://zakon.rada.gov.ua/laws/show/2019-19>.

*Бенюх Л.П.
магістрант,
Інститут бізнес-освіти
ДВНЗ «КНЕУ імені Вадима Гетьмана»*

КЛЮЧОВІ ОСОБЛИВОСТІ МОТИВАЦІЇ ІНОЗЕМНИХ КОРПОРАЦІЙ ЩОДО ВИХОДУ НА ЗАРУБІЖНІ РИНКИ

Економічна проблематика дослідження мотивації діяльності іноземних корпорацій на зарубіжних ринках є досить поширеною у сучасному науковому дискурсі, а серед вчених, які мають вагомий внесок у даній предметній області варто виділити наукові праці Л. Альфара, Г. Блелока, М. Бломстрома, П. Гертлера, Х. Горга, Б. Джаворчика, А. Кокка, Л. Кью, Р. Липса, Д. Лук'яненка, А. Поручника, А. Резіна, Е. Садка, М. Столярчук, Е. Стробла, Ф. Сйохолма, В. Торбеке, А. Хоенена. При цьому зміни, що відбуваються у сучасному бізнес-просторі зумовлюють певні особливості у мотивації діяльності іноземних компаній на зарубіжних ринках. Класичні мотиви діяльності іноземних компаній узагальнено на рис. 1.

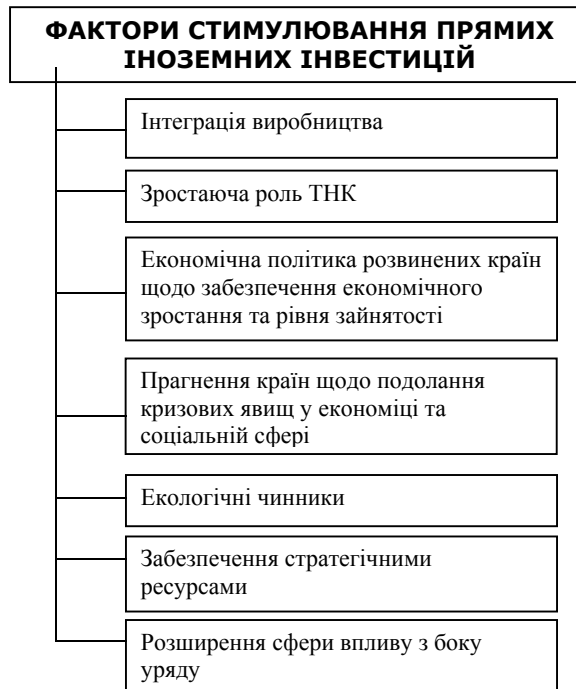


Рис. 1. Фактори стимулювання діяльності іноземних компаній на зарубіжних ринках

Джерело: Узагальнено на основі [1, с. 115]

При цьому аналіз сучасних публікацій [2, 3] дозволяє виділити найбільш вагомими мотиви, що активізують діяльність іноземних компаній на світових ринках. До таких віднесено такі:

— *зниження змінних витрат*. Жорстка конкуренція змушує компанії виходити на міжнародні ринки з метою мінімізації своїх витрат, особливо це стосується високотехнологічних компаній, оскільки для них у структурі змінних витрат найбільшу роль відіграють трудові ресурси, а не природні. У такій ситуації зниження витрат досягається за рахунок відмінності між національною і міжнародною вартістю товару, найчастіше – за рахунок вартості некваліфікованої робочої сили;

— *забезпечення зростання вартості активів*. Аналіз економічних рішень щодо інвестування будується, виходячи з припущення, що фірми своїми діями прагнуть до максимізації прибутку. Але це не єдиний вартісний фактор. Досить вагомим мотивом в ухваленні рішення про інтеграцію є збільшення фундаментальної, а відтак, і ринкової вартості активів компанії (формула 1):

$$Val = Ass + \sum_{t=1}^n \frac{EP_t}{(1+k)^t}$$

Цей аспект, на думку науковців, заслуговує окремих, більш глибоких, теоретичних досліджень. Зазвичай, перенесення частини виробництва в країни з більш вигідною кон'юнктурою сприймається бізнес-елітою як вдале управлінське рішення. Тому рішення про транснаціоналізацію або інтеграцію слугують певним сигналом, індикатором для учасників світового фінансового ринку;

— *зниження податкового тягаря*. Акцептори інвестицій, будучи зацікавленими у створенні робочих місць і технологічному розвитку, практикують пільгові податкові умови для інвесторів. На таких економічних стимулах до недавнього часу будувалася політика ряду Нових індустріальних країн. Крім того, якщо країна-отримувач інвестицій є і основним споживачем продукції, то вибір просторово розподіленого способу виробництва дозволяє компанії позбутися і від імпортних тарифів. Можливість зниження податкового навантаження за рахунок інтернаціоналізації, як правило, привертає довготривалі інвестиції усіх видів;

— *інституційні умови*. Одним із стратегічних мотивів діяльності іноземних компаній є можливість монополізації локальних ринків, особливо ринків проміжного товару і ринків робочої сили. Зокрема, ЮНКТАД у своєму докладі [4] посилається на нерозвиненість антимонопольних інституцій таких країн, як, наприклад, Україна, і на те, що великі компанії використовують недосконалість інститутів у своїх інтересах.

Список використаних джерел:

1. Лук'яненко Д. Г. Міжнародна економіка : підручник / Д. Г. Лук'яненко, А. М. Поручник, Я. М. Столярчук ; М-во освіти і науки України, ДВНЗ «Київ. нац. екон. ун-т ім. Вадима Гетьмана». – Київ : КНЕУ, 2014. – 762 с.
2. Глобальное экономическое развитие: тенденции, асимметрии, регулирование : монографія / [Д. Лукьяненко, В. Колесов, А. Колот и др.] ; под науч. ред. Д. Лукьяненко, А. Поручника, В. Колесова ; Киев. нац. екон. ун-т им. Вадима Гетьмана, Москов. гос. ун-т им. М. В. Ломоносова. – Киев : КНЭУ, 2013. – 466 с.
3. Столярчук Я. М. Монополізація капіталу і виробництва як ключовий компонент механізму глобального економічного циклу / Я. М. Столярчук // Формування ринкової економіки : зб. наук. пр. – 2010. – Спец. вип.: Державне антикризове управління національною економікою: світовий досвід та проблеми в Україні : матеріали наук. конф., 14–15 квіт. 2010 р. – С. 138-141.
4. Трансграничная антиконкурентная практика: проблемы развивающихся стран и стран с переходной экономикой : Электронный ресурс / UNCTAD. 2012. Записка секретариата ЮНКТАД. – Режим доступа до публікації: http://unctad.org/meetings/en/SessionalDocuments/ciclpd16_ru.pdf

Бєлова О.І.

к.е.н., доцент

*кафедра бізнес-адміністрування та управління проектами
Університет економіки та права «КРОК»*

СТИМУЛЮВАННЯ ІННОВАЦІЙНОЇ АКТИВНОСТІ ПЕРСОНАЛУ ПІДПРИЄМСТВ

Те, наскільки швидко впроваджуються та ефективно використовуються інновації, великою мірою залежить від персоналу підприємства, від його готовності та здатності реалізувати інноваційні заходи. Тобто перехід підприємства на інноваційний шлях розвитку можливий насамперед після підвищення інноваційної активності його персоналу.

На відміну від традиційних підходів управління персоналом керівники сучасних підприємств повинні активізувати інноваційну поведінку персоналу, створювати умови для професійного та творчого розвитку, застосовувати прогресивні підходи до мотивації.

Вважається, що успіх інноваційного процесу залежить від того, наскільки безпосередні учасники інноваційного процесу зацікавлені у швидкому впровадженні результатів НДДКР у виробництво. З огляду на це, стимулювання інноваційної праці повинно спиратися не лише на матеріальні, а й на нематеріальні форми стимулювання, орієнтовані на задоволення потреб вищого рівня [1]. Мотивація персоналу до інноваційної діяльності на підприємстві має свої особливості, існує необхідність розроблення методичних основ для створення відповідного механізму мотивації як інструменту активізації інноваційної поведінки його працівників [2].

Інноваційна діяльність працівників є особливим видом трудової діяльності, яка відноситься до інтелектуально-творчої праці. Природа інтелектуальної та творчої діяльності має низку характерних особливостей. Серед них виокремимо ті, які належить безпосередньо врахувати при побудові системи показників інноваційної діяльності персоналу, а саме: пошуково-пізнавальний характер праці, пов'язаний з прийняттям складних ризикових рішень при виконанні різноманітних виробничих завдань; високий кваліфікаційно-професійний рівень, систематичне оновлення знань; право власності на нематеріальні засоби виробництва; характеристики продукції, яка виготовляється (рівень новизни, цінності, якості, задоволення потреби споживача тощо); складність адекватного вимірювання проміжних і кінцевих результатів діяльності [3].

Дослідники В. П. Баранчев, Н. П. Масленнікова, В. М. Мішин дають визначення інноваційної активності як комплексної внутрішньої характеристики, заснованої на властивостях, здібностях і компетенціях організації як споживача і постачальника інноваційного продукту. Ця група вчених розглядає інноваційну активність з позиції так званого методу «чорного ящика», на основі якого вони визначили ключові характеристики інноваційної активності організації, до яких належать: інноваційна сприйнятливість, забезпеченість ресурсами, якість організації та спілкування та інноваційна компетентність.

А. Трифілова розглядає інноваційну активність як ланку між етапами аналізу внутрішнього та зовнішнього середовища, формулювання цілей та планування стратегій. Відповідно зміст інвестиційної активності як економічної категорії полягає не тільки в тому, щоб оцінювати масштаби впровадження нових та покращених технологій, а й сприяти окремим підприємствам в обранні певного напрямку інноваційного розвитку та формуванні на цій основі ефективної інноваційної політики.

Ми погоджуємося з думками провідних науковців, але вважаємо, що акцент у визначенні інноваційної активності має ставитись на понаднормовій діяльності. Таким чином, у нашому формулюванні поняття інноваційної активності можна представити наступним чином: добровільна понаднормова спрямованість на реалізацію стратегічних цілей розвитку в умовах ринкової конкуренції з метою забезпечення стійкості функціонування підприємства та його успішності у довгостроковій перспективі.

У якості одного з найважливіших факторів, що визначає успішне здійснення новаторами своєї діяльності, є ставлення керівника підприємства до нововведень, його світогляду, рівня культури, освіти, психофізіологічних особливостей, мотивації та ін. Накопичений практиками досвід свідчить про те, що дуже багато керівників підприємств воліють займатися вирішенням поточних, добре передбачуваних питань, і не прагнуть вирішувати великомасштабні проблеми. Однак пасивна реакція таких керівників на динамічний розвиток науки та техніки призводить до зростаючого відставання від інноваційно активних підприємств, керівництво яких вчасно концентрує управлінські зусилля на освоєнні та використанні перспективних досягнень науково-технічного прогресу.

Список використаних джерел:

1. Карпунь І. Н. Мотивація і стимулювання інноваційної діяльності підприємства / І. Н. Карпунь // Проблеми економіки та управління. – 2010. – № 628. – С. 529–533.
2. Монастирська Г. В. Механізм мотивації інноваційної діяльності на підприємстві // Вісник Донбаської державної машинобудівної академії. – 2009. – № 2 (16). – С. 207–212.
3. Семенов А. К. Основы менеджмента : [практикум] / А. К. Семенов, В. И. Набоков. – СПб. : Спец. лит., 2007. – 476 с.

*Білеуш М. М.,
магістрант,
Інститут бізнес-освіти
ДВНЗ «КНЕУ імені Вадима Гетьмана»*

НАУКОВІ ПІДХОДИ ДО ФОРМУВАННЯ БІЗНЕС-МОДЕЛІ ПІДПРИЄМСТВА

Забезпечення ефективності сучасного бізнесу за постіндустріальних умов вимагає визначення фундаментальних принципів побудови компанії та попереднього моделювання основних бізнес-процесів, в яких створюється цінність та генеруються потоки доданої вартості. У науковій літературі моделювання визначають як метод дослідження об'єкту та його пізнання на основі моделі [1]. Моделлю (від лат. *modulus* – зразок) є образ будь-якого об'єкту, процесу або явища, а формування моделі передбачає виділення основних, найбільш суттєвих, властивостей. Ознаки або величини, що характеризують будь-яку властивість досліджуваного об'єкту і може приймати різні значення називають параметрами моделі [2]. Якщо результати моделювання підтверджуються та можуть бути основою для прогнозування майбутнього стану підприємства, то можна говорити про те, що модель є адекватною, що визначається цілями та критеріями моделювання.

У теорії стратегічного менеджменту аспекти моделювання розглядаються в контексті формування бізнес-моделі. Критичний аналіз наукових джерел дозволяє говорити про те, що змістовне наповнення сутності бізнес-моделі є досить неоднозначним, а відсутність єдиного погляду науковців до методології її формування та аналізу ускладнюють використання даної концепції на практиці. Досить аргументовано систематизацію наукових підходів до визначення сутності бізнес-моделі наведено у публікаціях Н. Д. Стрекалової [3, с. 97–98]. Найбільш значущими є економічний, операційний, стратегічний.

Зміст *економічного підходу* акцентовано на логіці формування прибутку, а основні питання, що розглядаються у змістовних межах бізнес-моделі пов'язані з джерелами отримання доходів, ціноутворенням, структурою витрат, обсягом прибутку. Тобто основна проблематика даного підходу полягає у формулюванні того, яким чином підприємство буде заробляти гроші та забезпечувати стійкі потоки прибутку у довгостроковій перспективі [3, с. 97].

Основна увага операційного підходу до формування бізнес-моделі концентрується навколо внутрішніх бізнес-процесів [3, с. 97] та на формуванні цінності [4, с. 27]. Розглядаючи цінність як результуючу конструкту результативності діяльності підприємства, процеси її формування варто досліджено на основі моделей конфігурації цінності.

У стратегічному підході до бізнес-моделювання основний акцент зроблено на створенні цінності в мережі стейкхолдерів. Дотримуючись даного підходу науковці концентруються на питаннях того, яким чином підприємство обирає своїх клієнтів, визначає чи диференціює свої пропозиції, визначає які операції буде здійснювати самостійно, а які передає на аутсорсинг, комплектує свої ресурси, тощо [3, с. 98].

Варто зазначити, що окрім даних підходів виділяють, маркетинговий, соціальний, інтегруючий, фінансовий, інш. При цьому звертає увагу той факт, що автори-науковці намагаються надати власного визначення бізнес-моделі, що значно ускладнює сприйняття даної категорії. Відсутність єдиного підходу до розуміння бізнес-моделі може свідчити про його складність і багатогранність. Розуміючи наявність даної неузгодженості в термінах бізнес-моделі, багато авторів намагаються збагатити зміст визначення різними поясненнями, ресурсами і процесами, що входять, на їхню думку, до складу даного поняття. У цьому ключі важливо відзначити, що, бізнес-модель є міждисциплінарними за своєю суттю. В їх вивчення внесли вклад дослідження з області менеджменту, маркетингу, соціології, психології, інституційної економіки, логістики та інших наук.

Незважаючи на різноманітність трактувань визначень бізнес-моделі, спільним є фокусування на процесах створення цінності для різних учасників ринкової взаємодії, а також на отриманні економічних результатів від спільної діяльності. Оскільки дослідження бізнес-моделі, перш за все, має забезпечити розуміння складних процесів, що відбуваються в реальному бізнесі, вони все більше набувають міждисциплінарної основи, що формує фундаментальну основу бізнес-моделювання.

Список використаних джерел:

1. Новая философская энциклопедия: в 4 т. / Институт философии Российской акад. наук; Гл. ред. В. С. Степин. — М.: Мысль, 2000, Т. 2. — 634 с.
2. Организационно-экономическое моделирование: теория принятия решений: учебник / А.И. Орлов. — М.: КНОРУС, 2010. — 568 с.
3. Стрекалова Н.Д. Концепция бизнес-модели: методология системного анализа // Известия РГПУ им. А.И.Герцена. Научный журнал. — 2009. — № 92. — С. 96–105.
4. Давила Т. Работающая инновация. Как управлять ею, измерять ее и извлекать из нее выгоду / Т. Давила, М. Эпитейн, Р. Шелтон. — Днепропетровск: Баланс Бизнес Букс, 2007. — 320 с.

*Білий Д.І.
магістрант,*

«ДВНЗ «КНЕУ імені Вадима Гетьмана»

КОНКУРЕНТОСПРОМОЖНІСТЬ ЯК ФАКТОР РОЗВИТКУ ІНСТИТУТІВ СПІЛЬНОГО ІНВЕСТУВАННЯ

Сьогодні актуальною є тема пошуку нових фінансових ресурсів для стабілізації економіки України. На жаль, наша держава змушена більшу частину коштів залучати з зовнішніх джерел за вищими відсотковими ставками. В той же час населення тримає свої заощадження в іноземній валюті «під матрацом». Тому доцільно говорити про розвиток інститутів, які сприятимуть залученню коштів населення в економіку України. Одним з таких механізмів є здійснення інвестицій через інститути спільного інвестування. Дана проблематика була висвітлена у працях таких українських науковців як: Базилевич В., Мазуренко О., Носова Є., Мошенський С. та ін.

Запорукою розвитку інститутів спільного інвестування є їхня конкурентоспроможність. Якщо говорити про саме поняття конкуренції, то найбільш, як на мене, влучним є тлумачення даного терміну у роботі Мельник О.І., яка зазначає, що конкуренція — найбільш дієвий механізм регулювання ринкових процесів, який забезпечується економічною свободою суб'єктів господарювання та стимулює їх до підвищення своєї конкурентоспроможності, а вже від рівня конкурентоспроможності продукції, підприємства, галузі, регіону, сектора, країни залежить розвиток і зростання економіки, інноваційних процесів, рівень життя населення, значимість країни на світових ринках, рівень її економічної безпеки. [1].

У основній частині даної роботи пропоную розглянути конкурентоспроможність інститутів спільного інвестування з точки зору результативності їх діяльності. Сьогодні у пересічного українця є наступні інструменти для збереження або ж примноження своїх заощаджень:

- Депозит в банку;
- Зберігання готівки в іноземній валюті;
- Інвестиція в державні цінні папери;
- Купівля акцій/інвестиційних сертифікатів інституту спільного інвестування.

За інвестиційний горизонт беремо 1 рік (короткострокова інвестиція). У якості прикладу доцільно розглядати 2017 рік як історичний базис.

Отже, на початку 2017 року (період 04.01.2017-10.01.2017) середньозважена вартість довгострокових депозитів української банківської системи для фізичних осіб у національній валюті складала 18,3% річних. [2].

Дохідність облігацій внутрішньої державної позики у січні 2017 року становила 15,7 % річних [2].

Іноземну валюту (1 долар США) 04.01.2017 можна було придбати за 26,67 грн (курс міжбанківського валютного ринку) [2], а продати 28.12.2017 за ціною 28,07 грн [2] (курс міжбанківського валютного ринку). Таким чином девальвація гривні у 2017 році склала 5,23%.

У якості прикладу інституту спільного інвестування візьмемо Закритий не диверсифікований пайовий інвестиційний фонд «Індекс Української Біржі», портфель активів якого повністю відповідає структурі індексу Української Біржі, до якого входять акції найбільш ліквідних українських підприємств. Виходячи з даних про торги на Українській Біржі, 04.01.2017 року інвестор міг придбати інвестиційний сертифікат вказаного фонду за ціною 27,85 грн, а продати 28.12.2017 року за ціною 50,1 грн. Таким чином дохідність такої інвестиції склала б 80%. [3].

Отже, мною було доведено, що інститути спільного інвестування можуть мати значну конкурентну перевагу з точки зору дохідності в порівнянні з іншими фінансовими інструментами. Звісно дохідності, наведені вище є номінальними і не враховують різниць в ставках оподаткування та супутніх витрат, проте метою даної роботи було відкрити для пересічного українця нові можливості для інвестування та довести актуальність таких інвестицій.

Список використаних джерел:

1. Мельник О. І. Внутрішньосекторальна та міжсекторальна конкурентоспроможність аграрного сектора економіки / О. І. Мельник // Агросвіт. – 2015. – № 24. – С. 76-80.
2. Офіційний веб-сайт Національного банку України [Електронний ресурс]. — Режим доступу : www.bank.gov.ua.
3. Офіційний веб-сайт ПАТ «Українська Біржа» [Електронний ресурс]. — Режим доступу : www.ux.ua

ВИКОРИСТАННЯ SMART-ТЕХНОЛОГІЙ ЯК СПОСІБ ПІДВИЩЕННЯ КОНКУРЕНТОСПРОМОЖНОСТІ ІННОВАЦІЙНОГО РИНКУ ПРАЦІ

Сучасна економіка та ринок праці перебувають під дією новітніх технологій, які сприяють виникненню такого тренду як smart-робота. Дана тенденція притаманна не тільки європейському ринку праці, вона є глобальною і поширюється по всьому світу.

Серед вітчизняних вчених, що досліджують взаємозв'язок інноваційних технологій та ринку праці, слід відзначити О.А. Грішнову, А.М. Колота, Е.М. Лібанову, І.Л. Петрову, В.М. Петюха, М.В. Семикіну та багато інших.

Ринок інноваційної праці можна визначити як систему соціально-трудова відносин, що виникають з приводу залучення інноваційної праці у процеси виробництва, механізмів її координації, використання та оцінювання, а також узгодження інтересів продавців та покупців послуг інноваційної праці [1].

Конкурентоспроможність ринку праці можна підвищити стимулюючи прагнення до конкуренції кожного працівника. Конкурентоспроможність працівників на ринку праці – це відповідність якості робочої сили потребам ринку, можливість перемагати в конкуренції на ринку праці, тобто повніше порівняно з іншими кандидатами задовольняти вимоги роботодавців за рівнем знань, вмінь, навичок, особистих рис [2, с. 3].

Smart-робота є еволюцією телеробіт, проє її модель не передбачає встановленого робочого місця, працівник може виконувати свою професійну діяльність частково в компанії, частково вдома.

Smart-робота сприяє кар'єрному та професійного розвитку працівників, для яких ключовими питаннями є гнучкість роботи, а також кращій рівновазі між професійним та особистим життям. Даний тренд передбачає використання smart-технологій, які значно підвищують ефективність робочого часу. Так, сучасні компанії визнають, що архаїчні інструменти комунікації застаріли і не відповідають вимогам інноваційної економіки. Для цього створюються альтернативні рішення, які дозволяють значно економити робочий час, бути гнучкими та зручними. Спостерігається збільшення попиту на виробництво на сучасні матеріали та порівняно сприятливі очікування щодо робототехніки, що вказує на потенціал останньої для підвищення продуктивності праці, а не на зміну чистої робочої сили [3].

Компанії прагнуть технологізувати максимум процесів. Наприклад, активно починає використовуватись чат-бот, який допомагає вирішувати питання в кілька кліків прямо з телефону.

Якщо мова йде про пошук кадрів, то чат-бот може «запросити» здобувача на співбесіду: уточнити зручний час, звірити його з календарем рекрутера, потім ввести інформацію у внутрішні системи компанії, щоб організувати пропуск на охорону і забронювати кімнату для переговорів. Це економить час і спрощує процес. Дана розробка уже створена провідними компаніями на українському ринку праці такими як: Vodafone, Deloitte та іншими. Наприклад, компанії Deloitte запуснений рекрутер-бот D.TalCa (Deloitte Talent Candidate), який проводить первинні співбесіди з претендентами, рекомендує вакансії, знайомить з компанією. Використання такого інструменту – це відповідь на інтереси та побажання роботодавця.

Ще одним яскравим прикладом використання smart-технологій є корпоративні відеоблоги, за допомогою яких кандидати, що знаходяться у пошуках роботи можуть побачити виробничі процеси не виходячи з дому. Працівники можуть використовувати відеоблоги для звітування перед дирекцією – дана технологія значно економить робочий час, а також не потребує спеціально відведеного місця для проведення презентації.

Звичайно, в епоху розвитку інформаційно-комунікаційних технологій не обійтись без використання соціальних мереж, які також можуть бути дуже корисними як для працівників, так і для компаній. Дуже часто відомі роботодавці організують спеціальні конкурси, де шукачі роботи можуть проявити свої нові ідеї і, якщо це буде цікаво для компанії, відбувається подвійна вигода. З одного боку, кандидат легко може знайти собі робоче місце, а роботодавець – талановитого

працівника. Дуже часто компанії запускають онлайн-проекти, навчання, що дозволяє студентам, майбутнім працівникам отримати безкоштовні знання, підвищити свої професійні здібності. Роботодавці, в свою чергу, через організацію таких заходів, мають можливість знайти старанних майбутніх працівників.

Таким чином, на українському ринку праці зароджується новий тренд smart-робота, що передбачає використання smart-технологій, які повинні підвищувати його конкурентоспроможність. Вдала організація та регулювання процесів на ринку праці є запорукою зростання його конкурентоспроможності.

Список використаних джерел:

1. Петрова І.Л. Інноваційний сегмент ринку праці: оцінка тенденцій та перспектив / І.Л. Петрова // Демографія та соціальна економіка – 2018, №1 (32) – С. 166–180.
2. Грішнова О., Синенко В. Конкурентоспроможність висококваліфікованих працівників на міжнародному ринку праці: проблеми і виклики / О. Грішнова, В. Синенко // Україна: Аспекти праці. – №1, 2015. – С. – 3–7.
3. Employment Trends / World Economic Forum – [Електронний ресурс]. – Режим доступу: http://reports.weforum.org/future-of-jobs-2016/employment-trends/?doing_wp_cron=1538562209.7000689506530761718750

*Бурлуцька О. В.,
магістрант,
ДВНЗ «КНЕУ імені Вадима Гетьмана»*

ОСОБЛИВОСТІ ОЦІНЮВАННЯ ЕФЕКТИВНОСТІ СТРАТЕГІЇ РОЗВИТКУ НА ПРИКЛАДІ АСК «УКРРІЧФЛОТ»

Важливого значення для активізації процесів розвитку підприємств, що діють в умовах ринкової економіки, набуває їх стратегія, яка має відповідати змінам в національному господарстві, враховувати вплив і взаємозв'язки між чинниками внутрішнього та зовнішнього середовища.

Значна кількість шляхів та напрямів здійснення підприємницької діяльності породжують різноманітність класифікацій стратегій підприємств. Кожна стратегія реалізується на різних підприємствах з певними особливостями, набуває специфічних ознак. Класифікація типів стратегій, які формуються у процесі обґрунтування перспективних напрямків функціонування та розвитку підприємства, здійснюється за наступними найбільш поширеними ознаками: масштаб розробки, напрямки діяльності, рівні прийняття стратегічних рішень, терміни реалізації стратегії, темпи розвитку, способи забезпечення розвитку, стадії життєвого циклу, способи досягнення конкурентних переваг, позиція в галузі, ринковому сегменті тощо [1].

В умовах сучасного нестабільного ринку дуже важливо адаптувати стратегічні наміри компанії щодо основних її напрямів діяльності і розвитку підприємства до впливу зовнішнього середовища, із врахуванням основних ознак стратегії розвитку (рис. 1).

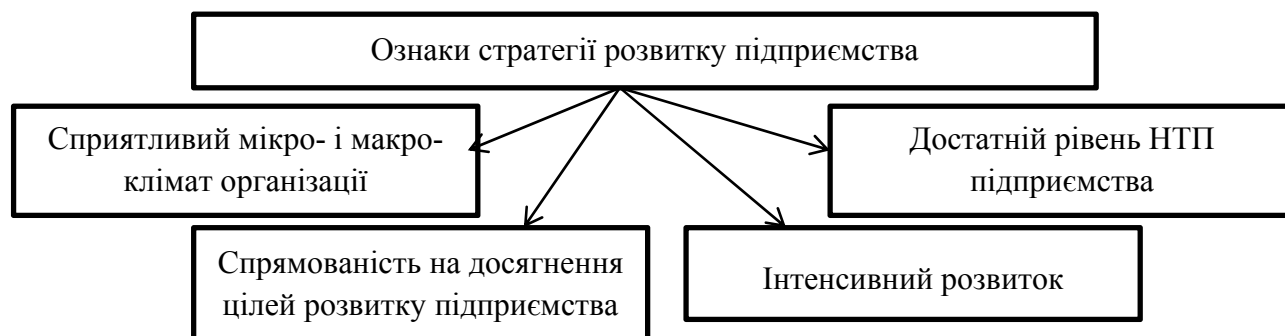


Рис. 1 Ознаки стратегії розвитку підприємства

Для оцінювання ефективності стратегії розвитку можуть використовуватись різноманітні методичні підходи. Варто відзначити, що поширеним недоліком основних методик зарубіжних спеціалістів виступає їх непридатність або невідповідність умовам діяльності вітчизняних

підприємств. Увага ж пострадянських науковців до оцінювання ефективності конкретно стратегії розвитку на даний момент недостатня.

Загалом, алгоритм зводиться до трьох етапів оцінювання стратегії, а безпосередню ефективність пропонується вимірювати шляхом зіставлення фактично досягнутих результатів із плановими показниками [2].

Першочергове оцінювання стратегії розвитку здійснюється ще на етапі її розробки, для чого використовуються такі класичні методи як SWOT-аналіз, аналіз конкурентних сил за М. Портером, PEST-аналіз та оцінка ризиків. До методів, які зарекомендували себе для оцінки стратегії розвитку на етапі аналізу обраної стратегії належать методи Бостонської консалтингової групи (BCG), Мак – Кінсі, бенчмаркінгу та побудови лінії життєвого циклу (ЖЦ). Третій етап передбачає оцінювання ефективності і відбувається у ході реалізації обраної стратегії розвитку, коли здійснюється порівняння результатів реалізації стратегії з рівнем досягнення цілей, для чого часто використовують SPACE-метод у компонуванні із методом збалансованих показників.

В основі більшості прикладних методичних підходів оцінки ефективності розвитку підприємств закладено результативний критерій (ефективність) як універсальну для всіх суб'єктів господарської діяльності категорію, яка характеризує успішність підприємства як суб'єкта бізнесу [4]. Для її оцінювання застосовують критерії і систему економічних показників. Методичний підхід до визначення ефективності діяльності підприємства загальновідомий: результати діяльності порівнюються із витратами (ресурсами), які забезпечують вказаний результат. У найзагальнішому випадку вказана методика застосовується до всього підприємства в цілому, а відповідно показником ефективності слугує чистий фінансовий результат підприємства за звітний період. Так, наприклад, у таблиці подано дані при чистий фінансовий результат ПАТ «СК «Укррічфлот» за 2015-2017 рр. (табл. 1) [3].

Таблиця 1

Динаміка показника чистого фінансового результату ПАТ «СК «Укррічфлот» за 2015-2017 рр., тис. грн

	2015	2016	2017
Чистий фінансовий результат: прибуток (збиток)	67490	47187	23282

Недолік існуючих методик оцінювання ефективності розвитку підприємств полягає в тому, що вони не орієнтовані на процес управління ним, а виступають скоріше інструментом одномоментної фіксації досягнутого рівня ефективності, без врахування вкладу окремих напрямків діяльності на фінансовий результат і. Крім цього, ускладненим виступає можливість порівняння своєї ефективності з результатами конкурентів унаслідок можливої відсутності фінансової звітності у публічному доступі.

При розгляді статичної складової ефективності управління в залежності від напрямку оцінки виокремлюють селективний (за якого оцінку ефективності управління компанією здійснюють з точки зору окремого елемента системи управління); фрагментарний (характеризується епізодичністю) та комплексний підхід, за якого оцінка ефективності здійснюється у межах сукупності окремих елементів.

Питання про обчислення показників ефективності підприємств, які функціонують у різних галузях народного господарства вивчається в економічній літературі тривалий час. Спірною виступає позиція щодо існування якогось одного узагальненого показника ефективності для підприємств, продукція чи послуги яких належать до різних галузей економіки.

Потребує подальшого дослідження і розроблення ще один важливий аспект, який яскраво можна прослідкувати на прикладі підприємств, що функціонують на ринку річкових перевезень, проте має місце і в інших галузях народного господарства. Він полягає у складності як розробки, так і оцінювання ефективності стратегії розвитку диверсифікованих підприємств, для яких стратегія диверсифікації виступає як уже реалізована. Наприклад, стратегія розвитку АСК «Укррічфлот» має враховувати можливості і потреби розвитку таких його стратегічних напрямів діяльності (СНД) як річкові перевезення, зернотрейдинг, судноремонт та виробництво піску. А відповідна стратегія розвитку його найближчого конкурента ТОВ «СП «Нібулон» враховувати інтереси підрозділів, зайнятих рослинництвом, тваринництвом, виробництвом кормів, будівництвом елеваторів та вантажних терміналів, суднобудуванням та ковбасним виробництвом. Крім того, навіть у разі

можливості доступу до фінансової звітності для диверсифікованих підприємств порівняння своїх результатів із результатами конкурентів не приведе до отримання коректних висновків, що ще раз доводить необхідність пошуку нових інструментів оцінювання ефективності стратегії розвитку.

Розробка стратегій розвитку таких підприємств обов'язково має здійснюватися із врахуванням ступеню диверсифікації за географічним розташуванням окремих підрозділів, а також залежності від природніх умов та сезонності. На нашу думку, основне завдання полягає в комплексній розробці «портфелю» стратегій розвитку для кожного СНД, і відповідного «портфелю» методичних підходів до оцінювання їх ефективності як окремо, так і загалом для підприємства.

Список використаних джерел:

1. Головінов М.І. Стратегія розвитку підприємства: сутність і ознаки / М.І. Головінов, О.І. Литвинов // Науковий вісник : Зб. науково-технічних праць. – Львів : Національний лісотехнічний університет України. – 2016. – Вип. 21.19. – С. 224-228
2. Олександренко І.В. Методичні підходи до діагностики ефективності діяльності підприємства// Економічний форум. – 2013. – № 4. – с. 125–135.
3. Офіційний сайт АСК «Укррічфлот» [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <https://www.urf.ua/ua/>
4. Швиданенко Г.О., Дмитренко А.І., Олексюк О.І. Бізнес-діагностика підприємства: Навч. посіб. – К.: КНЕУ, 2008. – 344 с.

Васько Я.В.

магістрант,

**факультет міжнародної економіки та менеджменту
ДВНЗ «КНЕУ імені Вадима Гетьмана»**

ФІНАНСОВИЙ АУТСОРСИНГ ЯК МЕХАНІЗМ ПІДВИЩЕННЯ ГЛОБАЛЬНОЇ КОНКУРЕНТОСПРОМОЖНОСТІ ТНК

У період глобалізації в якому ми живемо дуже важливо швидко реагувати на миттєві зміни в різних сферах. Тому, коли ми говоримо про глобальні компанії, транснаціональні корпорації фактор змін має для них велике значення, бо від цього залежить фінансові витрати, світові рейтинги і можливість витримати велику конкуренцію і тримати свою нішу на ринку далі.

Аутсорсинг – одна з найпоширеніших форм взаємодії та кооперації, яка стала вирішенням проблем, які виникають в компанії.

Загалом поняття «аутсорсинг» («outsourcing») англійського походження (точніше – це скорочення англійського терміна «outside source using», або «outside resourcing», що означає застосування (використання) зовнішніх джерел або ресурсів) [1]. Вперше він з'явився у практичній діяльності в 1962 р., коли було засновано Electronic Data System Corporation (EDS) [2]. Суть створення компанії було в тому, щоб стати віддаленим ІТ-відділом для багатьох банків, і саме ця компанія стало піонером в економічній галузі.

Аутсорсинг найчастіше поділяють на внутрішній (угоди укладаються в середині країни), або інколи його називають інсорсинг (*insourcing*), та іноземний (з іноземними контрагентами) [3]. Серед іноземного аутсорсингу виокремлюють офшоринг (*offshoring*) – перенесення окремих бізнес-процесів в іншу країну. Причина офшорингу – уникнення оподаткування або низька вартість робочої сили.

Говорячи про механізм підвищення глобальної конкурентоспроможності ТНК то фінансовий аутсорсинг є гарним інструментом для цього. Тому метою аутсорсингу полягає у зниженні собівартості виробництва продукції та одночасного підвищення її якості за рахунок концентрації на основних функціях; підвищення гнучкості підприємства; зниженні невиробничих витрат. Тобто аутсорсинг має значний вплив на конкурентоспроможність транснаціональних корпорацій [4].

Також варто згадати, що раніше головним джерелом конкурентних переваг на ринку були певні характеристики або властивості товару чи послуги, які пропонує компанія, то на сучасному етапі – це бізнес-процеси компанії, які лежать в основі створення цінності бізнесу. Таким чином, функціональний підхід був змінений на процесний. Це означає, що на аутсорсинг можуть

передаватися будь-які функції та бізнес-процеси, а компанія залишає лише ті, які створюють максимальну цінність продукту. Проте не зважаючи на високу ефективність аутсорсингу, він є достатньо ризикованим способом ведення бізнесу через те, що пов'язаний з радикальними змінами у системі господарювання підприємства[5].

Таким чином, світовий ринок аутсорсингу фінансових послуг продовжує стабільно зростати і перетворюється в глобальний механізм. До основних тенденцій його розвитку можна віднести його динамічне зростання, передача певних функцій в аутсорсинг європейськими компаніями в інші країни, зниження вартості фінансових послуг. Що стосується українського бізнесу, то процес застосування аутсорсингу фінансових послуг відбувається повільно. Однак, вважаємо, що загострення конкуренції на внутрішньому ринку, розвиток інтеграційних процесів сприятиме активізації використання аутсорсингу підприємствами з метою досягнення конкурентних переваг.

Список використаних джерел:

1. Бравар Ж., Морган Р. Ефективний аутсорсинг: розуміння, планування та використання успішних аутсорсингових відносин / пер. з англ. ; Ж. Бравар, Р. Морган. – Дніпропетровськ : Баланс Бізнес Букс, 2007. – 288 с.
2. Микало О. І. Підходи до визначення терміна «аутсорсинг» / О. І. Микало // Економічний вісник НТУУ «КПІ». – К., 2010. – С. 111–115.
3. Hira, Ron, and Anil Hira. Outsourcing America : What's behind Our National Crisis and How We Can Reclaim American Jobs? – New York : AMACOM, 2008. – P. 67–96.
4. Davies P. What's This India Business?: Offshoring, Outsourcing, and the Global Services Revolution / P. Davies. – London : Nicholas Brealey International, 2004
5. Дідух О. В. Сутність аутсорсингу та перспективи його застосування в Україні / О. В. Дідух // Економічний простір. – 2011. – №54. – С. 173–182.
6. Микало О. І. Аналіз та класифікація форм аутсорсингу: [Електронний ресурс] // Економічний простір. – № 37. – 2010. – Режим доступу: http://www.nbu.gov.ua/portal/Soc_Gum/Ekpr/2010_37/Statti/25.pdf

Вікторов Б.В.

аспірант,

Університет економіки та права «КРОК»

КОНКУРЕНТНІ ПЕРЕВАГИ ГЛОБАЛЬНИХ ВИРОБНИЧИХ МЕРЕЖ

Основою формування глобальних виробничих мереж (ГВС) є процес включення місцевих фірм до глобальних ланцюжків вартості, глобальних виробничих мереж або глобальних товарних ланцюгів провідних транснаціональних корпорацій, адже саме в рамках цих процесів відбувається модернізація галузей обробки сировини та проміжних товарів, виробляються найкраще диференційовані товари, а найважливіші речі трансформуються в інші соціально-економічні одиниці. [1, с. 42].

Створюючи більшу додану вартість (і тим самим розширюючи податкову базу), глобальні виробничі мережі можуть більш ефективно сприяти економічному розвитку своїх країн (економічних регіонів) та створювати основи для процвітання та скорочення бідності.

Глобальні товарні ланцюжки – це між організаційні мережі, які перетворюються на кластер навколо певного продукту чи товару, об'єднуючи фірми, домашні господарства, наукові та освітні структури, а також державні інститути в рамках світової економіки. Ці мережі є ситуативними, соціально-побудованими та локально інтегрованими. [2]

Географічна структура активно реагує на зміни параметрів створюваних моделей, оскільки географічне розташування регіонів спеціалізації обмежується взаємозалежністю рішень фірм щодо територіального розміщення. Проте стримуюча структура залишається незмінною до певного моменту, після чого відбуваються різкі коливання параметрів географічного розподілу виробництва, що сприяє одночасній зміні спеціалізації багатьох регіонів. У практичній роботі міжнародних компаній ці зміни сприймаються, аналізуються та призводять до дії внаслідок функціонування ланцюгів витрат. Традиційно терміни «ланцюжки вартості», «цінові мережі» та «виробничі мережі» є

методом економічного аналізу, який враховує сукупність ланцюгів виробничої діяльності та характеризує подібні та багато в чому взаємопов'язані процеси. [3]

Слід зазначити, що виробничі мережі відрізняються за характером діяльності, а також економічними, географічними та соціальними характеристиками

Ключові характеристики та переваги основних видів виробничих мереж:

1. Мережі, які формуються на основі відносин власності

Формуються на основі домінуючих підприємств, які контролюють різні рівні залежних постачальників. Основні фірми можуть інвестувати в виробничі операції постачальників і вимагати впровадження певних технологій виробництва та контролю якості. *Переваги*: висока ефективність, яка базується на модернізації технологічної бази постачальника; координація пакетів "точно в часі"; гнучкість і здатність адаптуватися до коливань ринку.

2. Мережі засновані на взаємовідносинах між постійними підрядниками

Формуються на основі соціальної спільноти, географічного положення та стабільності довгострокових відносин між фірмами. *Переваги*: швидка адаптація до змін, що базуються на довірі між фірмами; гнучкість системи на основі географічної концентрації вузькоспеціалізованих фірм, яка може бути згрупована відповідно до мінливого попиту споживачів (можливість швидкої поставки невеликих обсягів)

3. Мережі "під ключ".

Постачальники в мережі надають широкий спектр послуг, пов'язаних з виробництвом, включаючи придбання компонентів, складання, розподіл, після-продажне обслуговування, упаковку. *Переваги*: клієнти та постачальники швидко реагують, адаптуючись до технічних та географічних характеристик проекту. В межах мережі відбувається швидке розширення нових технологічних досягнень та існують можливості для активного використання масштабів економії за участю економічних агентів за межами мережі. [4]

Таким чином, можна виділити три основних типи сучасних виробничих мереж: мережі, сформовані на основі відносин власності; мережі, засновані на взаємовідносинах між постійними підрядниками; мережа "під ключ". Кожен тип мережі визначається різним складом учасників, які працюють у відповідних культурних контекстах, надаючи компаніям певні переваги та недоліки, що дозволить їм вибирати найкраще рішення для тієї чи іншої компанії. Зважаючи на перспективність глобальних виробничих мереж, перспективним напрямком подальших досліджень вважаємо визначення підходів до управління ними, а також питання підвищення ефективності їх функціонування. Таким прикладом вважаємо модель "стратегічної єдності" – зв'язок регіональних ендогенних активів (території, технології, організації процесу) з глобальними виробничими мережами, яка в процесі взаємодії передбачає трансформацію цих активів.

Місце, яке займає країна у глобальній виробничій системі визначає її конкурентоспроможність у міжнародному поділі праці. Насамперед країни мають визначитись з реальним потенціалом розвитку конкурентних переваг, які наддадуть їм можливість стратегічного позиціонування у глобальних виробничих системах. Для отримання доступу до ГВС, одержання вигоди з участі у ГВС і реалізації наданих ГВС можливостей модернізації потрібен структурований підхід, що передбачає: визначення конкретного місця ГВС у загальних стратегіях розвитку й політиці промислового розвитку, створення умов для зростання ГВС у результаті формування й підтримання сприятливого середовища для інвестицій і торгівлі та створення допоміжної інфраструктури та нарощування виробничого потенціалу місцевих фірм. Для зменшення ризиків, пов'язаних з участю у ГВС, необхідна надійна екологічна, соціальна й управлінська основа. [5]

Джерелом конкурентних переваг для ТНК є оптимальна конфігурація глобальної виробничої системи. Створення виробництв за кордоном здійснюється ТНК шляхом прямих іноземних інвестицій, масштаби яких за ці роки радикально зросли разом із вимогами до конкурентоспроможності ТНК в умовах глобалізації.

Список використаних джерел:

1. Гладій І.Й., Зварич І.Я. Міжнародні виробничі мережі в Європі. – Монографія. – Тернопіль: Економічна думка, 2015. – с. 292.

2. Соколенко С.И. Производственные системы глобализации: Сети. Альянсы. Партнерства. Кластеры : Украинский контекст. Монография / С. И. Соколенко. – К. : Логос, с. 2014 – с. 648.

3. Джереффі Г., Дж. Хамфрі і Т. Стерджен (2015). Управління глобальними цільовими ланцюгами. Огляд міжнародної політичної економії 12 (1): с. 78–104.

4. Henderson J. (2016). Global production networks, competition, regulation and poverty reduction: policy implications. – University of Manchester, Centre for Regulation and Competition Workshop — р. 3. – <http://www.competition-regulation.org.uk/conferences/mcr05/henderson.pdf>.

5. Джереффі Г. Структура товарних ланцюгів для аналізу глобальної індустрії. [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://www.ids.ac.uk/ids/global/Conf/pdfs/gereffi.pdf>.

*Волков К.Д.,
магістрант,
Інститут бізнес-освіти
ДВНЗ «КНЕУ імені Вадима Гетьмана»*

ІНТЕРНЕТ-МАРКЕТИНГ У ГЛОБАЛЬНОМУ ГОТЕЛЬНОМУ БІЗНЕСІ

У глобальному готельному бізнесі розвиток управління маркетингом компанії Hilton та її головних конкурентів (Marriott, IHG, Hyatt, Best Western, Sheraton та ін.) тривалий час визначали наступні тренди: активізація діяльності зарубіжних готельних мереж на регіональних ринках; здійснення контролю за якістю наданих послуг на підставі договірних угод (франшизи, контракту на управління); поширення сфери інтересів готельного бізнесу на продукти та послуги, які раніше надавалися підприємствами інших галузей (організації харчування, дозвілля, розваг, виставкової діяльності та ін.); глибока персоніфікація обслуговування і повна концентрація на запитах і потребах клієнтів; підвищення доступності готельних послуг для масового споживача; [1] розвиток нових видів туризму, зокрема екологічного туризму, формування «зелених» поверхів і номерів у звичайних міських готелях. [2]

На сьогодні глобальне лідерство готелів багато в чому забезпечується сучасними інформаційно-комунікаційними технологіями з використанням насамперед можливостей Інтернет. Найбільша динаміка притаманна таким інструментам як цілеспрямований пошук, створення тематичних порталів, просування готельних послуг в соціальних медіа, онлайн відео-маркетинг, управління репутацією в мережі, мобільний маркетинг, event-маркетинг. Виключного значення набуває сайт готелю як майданчик не тільки брендингу та комунікацій з клієнтами, але й прямих онлайн-продажів. [3]

Детальне дослідження показує, що в цілому компанія Hilton завдяки ефективному управлінню маркетингом досягла явних глобальних конкурентних переваг. Разом із тим для Hilton актуальною є подальша індивідуалізація бізнес-моделі, що через соціальні мережі та Email – маркетинг дозволить встановити конструктивний двосторонній діалог між готелем та гостем ще до прибуття останнього в готель із гарантуванням клієнту наявності саме тих сервісів, які потребує конкретний гість. Гості можуть проходити реєстрацію по дорозі в готель, по прибуттю в аеропорт та ін. через свої смартфони, що дозволяє їм просто швидко отримати ключ в готелі без додаткових формальностей. Все це підвищує цінність послуг готелю, рівень задоволеності якістю послуг.

Онлайн відео-презентація стає невід'ємною частиною маркетингової інтернет-стратегії готельного підприємства. Онлайн відео дозволяє розповісти про готель краще, ніж будь-який текстовий опис, а також є унікальною можливістю показати всі переваги готелю і презентувати готельні послуги величезній аудиторії. Враховуючи це, готелі додають відео на свій сайт, створюють свій канал на YouTube тощо. [4]

При цьому online-агентства (Booking.com, Hotels.com, Expedia, Travelocity, Orbitz, Priceline тощо) є вагомим каналом продажу готельних номерів, а новітня на сьогодні опція бронювання через Facebook стає загальнопоширеним явищем, активізуючи роботу зі скаргами клієнтів, збиранням цінної інформації про них. Інтернет-сервіси (технології meta search, локальні пошукові системи, діджитал технології, редизайн веб-сайту та його оптимізація) дозволяють максимізувати прибуток готелів, потроїти кількість запитів клієнтів, залучити додаткових гостей у номери, здобути лояльних клієнтів та підвищити свою репутацію серед найбільших світових готельних брендів.

Отже інтернет-маркетинг набуває все більшої ваги у глобальному готельному бізнесі. Фокусування лише на традиційних каналах розподілу призводить до зниження рівня заповненості

готелів, підвищення операційних витрат та ін. Нові технології навпаки зменшують витрати і забезпечують споживачам підвищений комфорт, надаючи ряд переваг, найголовнішою з яких є збільшення комфорту у пошуку, виборі, бронюванні та оплаті готелів. В результаті це дозволяє підвищити можливості готелів до залучення нових клієнтів, а також розширити займані компаніями сегменти ринку.

Список використаних джерел:

1. Тимошенко З.І. Маркетинг готельно-ресторанного бізнесу / З.І. Тимошенко, Г.Б. Мунін, В.П. Дишлевий. – К.: Вид-во Європ. ун-ту, 2007. – 246 с.
2. Джанджугазова Е.А. Маркетинг в индустрии гостеприимства: учеб. пособие для студ. высш. учеб. заведений. / Е.А. Джанджугазова. — М.: издательский центр «Академия», 2003. — 224 с.
3. The role and importance of Internet marketing in modern hotel industry. Journal of Process Management – New Technologies, International Vol. 3, No. 3, 34-38. Mr.sc. Ivica Batinic. 2015.
4. Social media meets hotel revenue management: Opportunities, issues and unanswered questions. Journal of Revenue and Pricing Management. Vol. 10, No. 4, 293–305. Breffni M Noone, Kelly A McGuire, Kristin V Rohlf. 2011.

*Галка І.О.,
магістрант,
Інститут бізнес-освіти
ДВНЗ «КНЕУ імені Вадима Гетьмана»*

ОСОБЛИВОСТІ ЗДІЙСНЕННЯ ПРЯМИХ ІНОЗЕМНИХ ІНВЕСТИЦІЙ В УКРАЇНУ (НА ПРИКЛАДІ КОМПАНІЙ SIEMENS ТА BASF)

Процес прийняття інвестиційних рішень є невід’ємною складовою господарської діяльності будь-якої компанії в ринковій економіці. Інвестиційні рішення належать до найважливіших управлінських рішень, що приймаються всередині компанії [2, с. 148], оскільки від правильності таких рішень залежать фінансова життєздатність компанії і її довгострокова успішність [4, с. 225].

Незважаючи на велику кількість досліджень, присвячених прийняттю інвестиційних рішень в розвинених економіках, ця проблема є мало дослідженою для перехідних економік [2, с. 149], до яких належить Україна.

Пропоновані тези є стислим викладенням результатів інтерв’ю з фінансовими директорами двох німецьких компаній в Україні Siemens та BASF на тему особливостей інвестиційної діяльності зазначених компаній в Україні.

Компанія «Сіменс Україна» – дочірнє підприємство з 100%-им вкладенням іноземного капіталу, засноване у 1997 р. Центральний офіс компанії знаходиться у Києві; регіональні філії діють у Львові, Одесі, Дніпрі, Харкові та Кривому Розі. Наразі штат компанії в Україні складає приблизно 200 працівників, а річний оборот становить 35 млн євро. Компанія постачає обладнання, технології та комплексні рішення для багатьох галузей української економіки: промисловості, енергетики, транспорту та будівництва.

Представництво BASF SE в Україні було відкрите в 1992 р. в Києві. На поточний момент регіональні представники компанії працюють у всіх регіонах країни. З 2007 р. вся діяльність BASF SE в Україні ведеться через ТОВ «БАСФ». Кількість працівників компанії складає 150 осіб, а річний оборот компанії становить 160 млн євро. Основними напрямками діяльності BASF є виробництво засобів захисту рослин, ветеринарних та харчових добавок, спеціальних хімікатів, базової хімії, матеріалів будівельної хімії тощо.

Міжнародний валютний фонд (МВФ) визначає прямі іноземні інвестиції як «категорію трансграничних інвестицій, за якою резидент однієї країни контролює або може впливати на управління підприємством, яке є резидентом іншої країни» [3, с. 100]. За трактовкою МВФ, контроль над підприємством наявний, якщо прямий інвестор володіє щонайменше 10% підприємства-реципієнта прямого інвестування. Проте мінімальна участь іноземного інвестора в капіталі підприємства-реципієнта інвестицій значно відрізняється в різних країнах. Відповідно до Закону України «Про режим іноземного інвестування» [1] мінімальна частка участі інвестора у статутному капіталі підприємства-реципієнта становить 10% акцій підприємства. Більш того, за словами

представників обох компаній, через ризики, пов'язані з проблемами захисту прав власності в Україні, бажаною формою власності для міжнародних компаній в Україні є утворення дочірніх підприємств з 100%-им контролем з боку материнської компанії.

Найчастіше для оцінки інвестиційних проектів в Україні в компанії Siemens використовується показник ROI (Return on Investment), а для BASF це чиста приведена вартість (NPV) в комбінації з урахуванням терміну окупності проекту. В компанії BASF використання NPV є обов'язковим при аналізі всіх інвестиційних проектів, що перевищують вартість 50 тис. євро. Для визначення мінімально прийнятної норми прибутку в рамках оцінки інвестиційних проектів в Україні, компанія Siemens використовує показник ROI, який в Україні має бути вищим за проекти компанії в розвинених країн. У BASF таким показником є середньозважена вартість капіталу (WACC), що встановлюється на рівні всього концерну, проте показник прибутковості в рамках проектів в Україні має бути вищим за цей показник через вищу вартість позикового капіталу в Україні.

Компанія BASF має довгостроковий інтерес до господарської діяльності в Україні. Про це свідчить максимально припустима тривалість інвестиційних проектів в Україні: для BASF вона складає 8-10 років, а для Siemens – 3 роки.

Найсуттєвішими ризиками для своєї діяльності в Україні обидві компанії вважають стан фінансового ринку України та зміни відповідних державних норм. Найбільшою складністю для BASF, спричиною мовним бар'єром та різницею культур, є невідповідність рівня економічних знань випускників українських ВНЗ очікуванням компанії. Найважливішими перешкодами для інвестицій в Україну були зазначені недовіра до правової системи (відсутність верховенства права), нестабільне економічне і політичне середовище, відсутність ділових навичок в українських стейкхолдерів, відсутність фізичної інфраструктури.

Серед стратегічних критеріїв інвестиційних рішень в Україні найбільш важливими є відповідність корпоративній стратегії («Україна є країною, що розвивається, а компанія може досягти швидшого зростання тільки в таких країнах» – BASF), ведення конкурентної боротьби (особливо для BASF), доступність дешевої висококваліфікованої робочої сили (Siemens), вподобання споживачів.

Список використаних джерел:

1. Про режим іноземного інвестування : Закон України від 19.03.1996 р. №93/96: станом на 15.01.2011 р. [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://zakon.rada.gov.ua>
2. Andor G. Capital budgeting practices: A survey of Central and Eastern European firms / Andor G., Mohanty S., Toth T. // *Emerging Markets Review*. – 2015. – № 23. – P. 148–172.
3. Balance of payments and international investment position manual / 6th ed. – Washington D.C. : International Monetary Fund , 2009. – 440 p.
4. Bennouna K. Improved capital budgeting decision making: evidence from Canada / Bennouna K., Meredith G., Marchant T. // *Management Decision*. – 2010. – № 48(2). – P. 225–247.

РОЛЬ МОТИВАЦІЇ ПЕРСОНАЛУ ДЛЯ ПІДВИЩЕННЯ КОНКУРЕНТОСПРОМОЖНОСТІ ПІДПРИЄМСТВА

Сучасна система управління персоналом ґрунтується на тому, що люди є найважливішим економічним ресурсом підприємства, джерелом його прибутків, конкурентоспроможності та процвітання. Отже, головним завданням керівників має стати створення ефективної системи мотивації. Вдало розроблена і впроваджена система мотивації – це не лише ефективний інструмент управління персоналом, а і засіб досягнення головних цілей компанії.

На практиці більшість керівників перевагу віддають матеріальній мотивації. Звісно, матеріальна складова важлива, але без комплексного підходу до системи мотивації, використання нематеріальних методів складно добитися високої результативності, відданості та лояльності працівників. Саме тому нематеріальній мотивації приділяється все більше уваги як з боку фахівців з управління персоналом, так і з боку керівників.

Для того, щоб мінімізувати вплив матеріальних чинників на мотивацію співробітників, важливо сформуванати таку систему заохочення, яка б спонукала їх до досягнення високих показників. Це можливо лише у тому випадку, коли функції і завдання максимально відповідають цінностям і очікуванням працівника.

На основі власних досліджень у межах підприємства було виявлено, що на сьогоднішній день, одним з найпотужніших інструментів нематеріальної мотивації є розвиток персоналу. Це пов'язано з прагнення більшості працівників до професійного зростання, засвоєння нових знань, нових видів робіт. Важливо розвивати у співробітників саме ті компетенції які принесуть користь бізнесу та позитивно вплинуть на фінансовий стан підприємства, знизять плинність персоналу, збільшать продуктивність праці, сприятимуть кар'єрному зростанню персоналу.

Розглянемо сучасні методи мотивації, пов'язані з навчанням і розвитком персоналу, й імплементація яких сприятиме формуванню конкурентних переваг підприємства на ринку.

1. Нові методи навчання. Розвиток потенціалу нерозривно пов'язаний з навчанням. Поява нових програм навчання усередині підприємства підтверджує цю тенденцію: організації запроваджують свої методи, створюють зручні системи навчання. Наприклад, Є. Бондаренко, директор Академії ДТЕК, у своїй книзі «HR без бюджету» [1] пропонує проведення щотижневих корпоративних заходів, коли співробітники, які проходили навчання за межами підприємства (тренінги, семінари тощо), діляться отриманими знаннями з іншими співробітниками підприємства – готують доповідь чи презентації для виступу. За належної підтримки керівництвом такий метод навчання може давати високий навчальний ефект за мінімальних витрат.

На нашу думку, цей метод є дуже ефективним. По-перше, створюються нові, додаткові можливості для розвитку та комунікації. По-друге, людина, яку направили на навчання, відповідально ставитиметься до своєї місії, адже потрібно буде поділитися знаннями з колегами. До того ж у такий спосіб можна проявити себе в ролі переконливого спікера та отримати авторитет серед колег і керівництва, або розвивати навички ефективної презентації для людей, які уникають публічних виступів. Причому успішність цього підходу залежить від мотивації працівників до розвитку та вміння осіб, які презентують нові знання, зацікавити, донести інформацію, переконати у важливості використання нових знань, підходів, методів і процедур на практиці.

2. Розвиток емоційного інтелекту. Наступним трендом в управлінні персоналом є розвиток емоційного інтелекту та забезпечення емоційного комфорту співробітників. Важливо створити сприятливі умови для розвитку цих якостей всередині підприємства. Для керівника важливо у будь-якій ситуації зберігати спокій і врівноваженість, мислити логічно, бути впевненим у собі та переконливим. Варто зазначити, що чим вищим є рівень управління, тим сильнішим є вплив емоцій на результат [2]. У зв'язку з цим, уміння керівників встановлювати психологічний контакт, переконувати людей, вести їх за собою, будувати безконфліктні взаємовідносини багато в чому визначають можливість досягнення стратегічних цілей, а отже, забезпечення високого рівня конкурентоспроможності підприємства.

3. Знання ділового етикету. У сучасному діловому світі професійні знання є дуже важливими, але не завжди достатні для досягнення успіху. Надзвичайно важливими є вміння взаємодіяти з іншими, демонструючи при цьому хороші манери, а також здатність створювати комфортне робоче середовище. Керівник, як ніхто інший, повинен уміти володіти собою, демонструвати витримку, доброзичливість і такт. Знання ділового етикету – одна з основ управлінського успіху. Ділова етика є одним з головних «знарядь» формування іміджу компанії.

4. Вільне спілкування іноземними мовами. Вивчення іноземних мов і вільне спілкування ними є потужним інструментом розвитку співробітників і підвищення їх конкурентних переваг.

5. Управління в стилі «коучинг». Керівник повинен володіти інструментами коучингу з метою ефективного управління персоналом. На сьогодні коучинг є прогресивним і дієвим методом управління, який сприяє розвитку потенціалу співробітників і трансформує їх у ефективних, мотивованих і натхнених людей.

6. Менторство. Метод розвитку персоналу, що ґрунтується на взаєминах, в яких більш досвідчений і обізнаний співробітник допомагає в роботі менш досвідченому. Менторські взаємини за своєю природою сприяють кар'єрному зростанню і дають переваги всім сторонам навчання. Наставник розвиває навички управління, підвищує свій статус в компанії, формує репутацію професіонала і довіру в колег, бере участь у формуванні професійної команди. Співробітник отримує своєчасну допомогу на етапі адаптації, що дозволяє швидше і простіше пристосуватися до організації, отримує підтримку у вирішенні складних робочих завдань, у професійному та кар'єрному розвитку. Це сприяє стабілізації колективу, зниженню плинності персоналу, формуванню на підприємстві команди висококваліфікованих і лояльних співробітників.

Отже, питанням мотивації та розвитку персоналу потрібно приділяти особливу увагу, адже професійний та мотиваційний потенціал співробітників підприємства значно впливає на його фінансову успішність та конкурентоспроможність на ринку.

Список використаних джерел:

1. Бондаренко Е. HR без бюджета. Делайте больше за счет меньшего. 49 идей при минимальном бюджете / Е. Бондаренко. – Днепропетровск: Баланс Бизнес Букс, 2014. – 224 с.
2. Гоулман Д. Эмоциональный интеллект. Почему он может значить больше, чем IQ / Д. Гоулман. – М.: Манн, Иванов и Фербер, 2013. – 560 с.

*Дармограй Д.В.,
магістрант,
Інститут бізнес-освіти
ДВНЗ «КНЕУ імені Вадима Гетьмана»*

РЕАЛІЗАЦІЯ НАЦІОНАЛЬНИХ ЕКОНОМІЧНИХ ІНТЕРЕСІВ УКРАЇНИ У МІЖНАРОДНОМУ ЕКОНОМІЧНОМУ СПІВРОБІТНИЦТВІ

В умовах розвитку світогосподарських зв'язків неможливо уявити собі розвиток національної економіки будь-якої країни в ізоляції від зовнішнього світу, добробут якої залежить не стільки від внутрішніх ресурсів і потенціалу, скільки від масштабів її економічних зв'язків з іншими державами. Впровадження в життя пріоритетних зовнішньоекономічних напрямків багатьох країн світу набуває першочергового та широкомасштабного значення тільки за допомогою їх інтеграції зі світовим господарством в цілому.

Національний інтерес – визначальне джерело формування стратегічної мети, стратегічних завдань, об'єкта спрямувань і напрямів розвитку нації, механізму, методів і форм їх реалізації. Невизначеність і ментальна розбіжність щодо основних критеріїв визначення національного інтересу – ознака розколотості суспільства за інтересами, політичної незрілості пересічних носіїв суспільної думки і представників, які претендують на визнання їх елітарним прошарком нації, у підсумку – несформованості нації. За своєю спрямованістю національні інтереси зорієнтовані на забезпечення виживання та прогресивний розвиток і певною мірою лідерства особи, суспільства, держави. Тільки кризь призму їх реалізації та захисту можуть і повинні розглядатися проблеми створення системи

національної безпеки, її головна мета, цілі, завдання, принципи функціонування, усі внутрішні параметри [1, с. 136].

В умовах інтернаціоналізації та глобалізації світогосподарських зв'язків інтеграційні процеси в економічному просторі носять регіональний характер, тому є досить актуальним розгляд проблем реалізації національних економічних інтересів України у міжнародному економічному співробітництві. Так, говорячи про національні економічні інтереси України, слід зазначити, що в сучасній глобалізованій економіці вони проявляються у формі досягнення низки першочергових для держави цілей, таких як:

- збільшення ВВП України за рахунок підвищення промислового виробництва і ефективності сільського господарства;
- пристосування фінансової системи України до умов світової економіки, в тому числі в частині залучення інвестицій;
- зміна структури зовнішньої торгівлі в бік експорту готової продукції з високим ступенем доданої вартості;
- збільшення частки інноваційної продукції в загальному обсязі виробництва [2, с. 45].

Також відзначимо, що досягнення даних цілей, багато в чому розкривають собою національні економічні інтереси, в сучасних умовах розвитку світового господарства та характеризуються переплетенням і поглибленням господарських зв'язків на основі реалізації власних інтересів в знаходженні компромісу з іншими учасниками міжнародного товарообмінного процесу. Ці обставини мають на увазі необхідність участі в інтеграційних об'єднаннях, які виникають на умовах короткочасної або довгострокової основи, оскільки відстоювання власних економічних інтересів може бути досить ефективно досягнуто в рамках конкурентної кооперації між країнами, коли конкуруючі економіки враховують інтереси один одного і гармонізують між собою власні господарські системи для знаходження оптимуму в пошуку загальних конкурентних переваг у стосунках з іншими країнами або їх об'єднанням.

Поряд з інтеграційними тенденціями в сучасній світовій економіці спостерігаються і дезінтеграційні процеси. Ці процеси складні і багатогарові. Вони проявляються в рамках господарського співробітництва між інтегрованими в одну господарську систему країнами (по суті, представляє собою єдиний, нехай і різномірний, господарський організм). Прикладом таких процесів може служити Європейський Союз, в якому склався наддержавний апарат управління і верховенство спільних інтересів над приватними.

Іншим варіантом досягнення власних національних економічних інтересів в системі світового господарства може бути варіант жорсткого конкурентного протистояння, в якому ключовою метою стане примноження власних вигод у практично будь-яку ціну, без урахування думки контрагента за міждержавною взаємодією [1, с. 137].

Національні економічні інтереси України в рамках її міжкраїнових контактів на світовій арені можуть відносно ефективно реалізовуватися за рахунок інтеграційної взаємодії з іншими державами. Національні інтереси, незважаючи на розвиток глобалізаційних процесів, посилення взаємозалежності країн унаслідок загострення глобальних проблем, зростання ролі інтеграційних об'єднань та їх впливу на внутрішню політику держав, продовжують відігравати вирішальну роль у формуванні державної політики, визначенні стратегії їх діяльності.

Отже, у сучасному світовому господарстві інтеграційні процеси переплітаються з дезінтеграційними, що передбачає необхідність врахування даного факту, а також постійного пошуку балансу взаємовідносин, в ідеалі, на основі взаємного компромісу для раціоналізації шляху досягнення національних інтересів. Звісно ж, що в даний час проявився дезінтеграційний тренд в господарських відносинах України та її західних партнерів може бути частково знівелював за рахунок інтеграційного співробітництва в рамках Європейського Союзу для досягнення її економічних інтересів.

Список використаних джерел

1. Харун О. А., Рожок Т. В. Національні інтереси в забезпеченні національної безпеки України / О. А. Харун, Т. В. Рожок // Світове господарство і міжнародні економічні відносини. – 2017. – Випуск 13. – С. 135–138.

Демінко М. В.
магістрант,
ВНЗ «КНЕУ імені Вадима Гетьмана»

ОБГРУНТУВАННЯ ВИБОРУ АНАЛІТИЧНОЇ МОДЕЛІ ДЛЯ ЗДІЙСНЕННЯ VBM-АНАЛІЗУ НА ПІДПРИЄМСТВІ

Сучасна бізнес-аналітика розвивається відповідно до теоретичних новацій в області менеджменту та реальних потреб бізнес-середовища. Сьогодні науковці і практики наголошують на тому, що одним з найбільш дієвих та інформативних видів аналітики є *VBM*-аналіз. Основна його суть полягає у тому, що за базовий критерій ефективності управління бізнесом прийнято зростання вартості бізнесу. Відповідно, логіка здійснення *VBM*-аналізу підпорядковується тому методологічному підходу, на основі якого аналітик планує сформулювати аналітичну модель оцінювання бізнесу.

Принципово, у теорії оцінювання вартості виділяють два методологічні підходи – на основі дисконтованих грошових потоків та на основі концепції економічного прибутку. В практиці *VBM*-аналізу, більш дієвою визнають моделі оцінювання на основі економічного прибутку, який характеризується високим рівнем факторної інтерпретації [1]. Найбільш розпрацьованими серед них є такі [2]: економічної доданої вартості (*EVA, Economic Value Added*); остаточного прибутку (*RI, Residual Income*); ринкової доданої вартості (*MVA, Market Value Added*); акціонерної доданої вартості (*SVA, Shareholder Value Added*); доданої грошової вартості (*CVA, Cash Value Added*) та модифікованої доданої грошової вартості (*MCVA, Modified Cash Value Added*); грошової рентабельності інвестицій (*CFROI, Cash Flow Return on Investment*); внутрішньої норми доходності (*IRR, Internal Rate of Return*); доданої вартості для стейкхолдерів (*STVA, Stakeholder Value Added*). Кожна з визначених моделей передбачає розрахунок набору показників, які сигналізують про стан підприємства у проєкціях «Ризик ↔ Ліквідність ↔ Доходність» та надалі трансформуються в піраміду аналітичних індикаторів, які виступають вимірювачами досягнення цілей підприємства. Основні вимоги до обґрунтування вибору *VBM*-моделі для оцінювання діяльності підприємства мають відповідати наступним характеристикам [2 – 5]:

- несуперечливості, що передбачає відсутність логічних протиріч в процесі розрахунку вартості та окремих елементів, що її формують;
- можливості використання облікових даних, тобто даних фінансової звітності, які є офіційними документами щодо достовірності наявних вихідних даних;
- прогнозованості, тобто наявності можливості обґрунтованого прогнозу елементів моделі, простоти та зрозумілості для усіх користувачів результатів фінансової аналітики;
- верифікованості, тобто результати розрахунків можуть бути перевірені незалежним користувачем без будь-яких суттєвих припущень;
- можливості використання як інструменту узгодження інтересів основних зацікавлених сторін;
- можливість впливу через систему факторних сукупностей, що детермінують формування вартості та оцінювання ефективності стратегічних та фінансових управлінських рішень.

Список використаних джерел:

1. Шевчук Н.В. Сучасні моделі оцінювання доданої вартості підприємства / Н.В. Шевчук // Стратегія економічного розвитку України. – 2014. – № 35. – с. 270–277.
2. Волков Д. Л. Теория ценностно-ориентированного менеджмента: финансовый и бухгалтерский аспекты: [Монография] / Д.Л. Волков – СПб.: Высшая школа менеджмента СПбГУ, 2008. – 320 с.

3. Андреев В.В. Проблема сопоставления и выбора VBM-критерия при постановке ценностно-ориентированного менеджмента на предприятии / В.В. Андреев // Известия Санкт-Петербургского университета экономики и финансов. – №4 (56). –2008. – С. 162–169.

4. Ивашковская И.В. Финансовые измерения корпоративных стратегий. Стейкхолдерский подход: [Монография] / И.В. Ивашковская – М.: ИНФРА-М, 2013. – 319 с.

5. Кудина М.В. Теория стоимости компании: [Монография] / М.Кудина. – М.: ИД «ФОРУМ», ИНФРА-М, 2010. – 368 с.

*Дідус А.С.,
магістрант,
Інститут бізнес-освіти
ДВНЗ «КНЕУ імені Вадима Гетьмана»*

ОБҐРУНТУВАННЯ НАПРЯМІВ ДИВЕРСИФІКАЦІЇ ДІЯЛЬНОСТІ ПІДПРИЄМСТВА

Будь-яке підприємство під час свого існування «бореться» за зміцнення конкурентоспроможності та успішне існування в умовах обмежених ресурсів. В цьому процесі диверсифікація займає особливе місце в стратегії розвитку підприємства та є однією з форм конкурентної боротьби в умовах ринкової економіки, яка частіше за все ототожнюється з розширенням сфери діяльності підприємства поза межами його основного виробництва.

У сучасній літературі диверсифікацію пов'язують насамперед зі стратегічним розвитком, переходом до багатопрофільного виробництва з широким асортиментом та номенклатурою продукції з метою уникнення або нівелювання фінансових ризиків. Для багатьох підприємств вона є стратегією розвитку і єдиною можливістю уникнення ліквідації. Диверсифікація спрямована на адаптацію до стрімкої зміни попиту, динамічної ринкової економіки, появи нових галузей і ринків [1, с. 266].

Як і будь-яке економічне явище, диверсифікація пройшла тривалий історичний шлях свого розвитку від епохи масового виробництва (20-ті р. ХХ ст.) до епохи інформаційних і комп'ютерних технологій (90-ті р. ХХ ст.) та епохи інновацій (початок ХХІ ст.).

Отже, дане явище зародилося давно та пройшло тривалий час свого розвитку. Згідно зі словником іншомовних слів, диверсифікація (від лат. *diversus* – різний, віддалений і *facere* – робити) – різнобічний розвиток, розмаїття, полягає в розширенні сфер діяльності фірми на ринках нових товарів, не пов'язаних з її основним виробництвом, створенні декількох різних виробничих напрямів у межах одного підприємства.

У сучасній практиці на національному рівні виділяють 4 основних типи стратегії диверсифікації продукції: горизонтальна, вертикальна, концентрична і конгломератна.

Аналіз літературних джерел в контексті вивчення та класифікації видів диверсифікації і передумов її застосування звертає увагу на особливе місце стратегії диверсифікації, як одного із найефективніших засобів інноваційного розвитку компанії.

Стратегія концентричної диверсифікації, яку ще називають стратегією пов'язаної або відносної диверсифікації, означає розширення виробничого портфеля за рахунок продуктів (або напрямків бізнесу), що дозволяють більш ефективно або повно використовувати існуючі технології і ресурси компанії.

В сфері телекомунікацій яскравим прикладом втілення такої стратегії може бути впровадження діяльності із адміністрування перенесених абонентських номерів. Слід зазначити, що суть послуги перенесення абонентських номерів (далі – ППН) полягає в збереженні абонентського номера при зміні постачальника телекомунікаційних послуг (оператора телекомунікацій) [2].

У країнах Євросоюзу ППН є обов'язковою, тому всі країни ЄС зобов'язані її забезпечувати. На обличчя вигода для абонентів: зменшення плати супроводжувалося підвищенням якості послуг та розширенням зони покриття.

Ретельний аналіз світового досвіду впровадження зазначеної послуги доводить гостру необхідність, перспективність, актуальність та соціальну її значимість в Україні.

У випадку реалізації стратегії диверсифікаційної з адміністрування перенесених номерів, обране підприємство-інтегратор набуває статусу оператора телекомунікацій і виходить на міжоператорську діяльність на постійній основі, і при цьому, стає єдиним постачальником унікальної

послуги в країні для всіх операторів телекомунікацій і інших суб'єктів господарювання, які в своїх технологічних процесах використовують дані про абонентські номери. Крім цього саме підприємство може розвивати інші диверсифікаційні стратегії в напрямку діяльності щодо: агрегації СМС-повідомлень для соціальних мереж, банківських транзакцій, платіжних систем, рекламних повідомлень тощо; загальнонаціональної служби порятунку 112; створення та підтримка функціонування різних баз даних, у тому числі загальнонаціонального масштабу; інших сучасних конвергентних послуг.

Світовий досвід щодо тривалості впровадження подібних диверсифікаційних проектів зображено на рис. 1 [3].

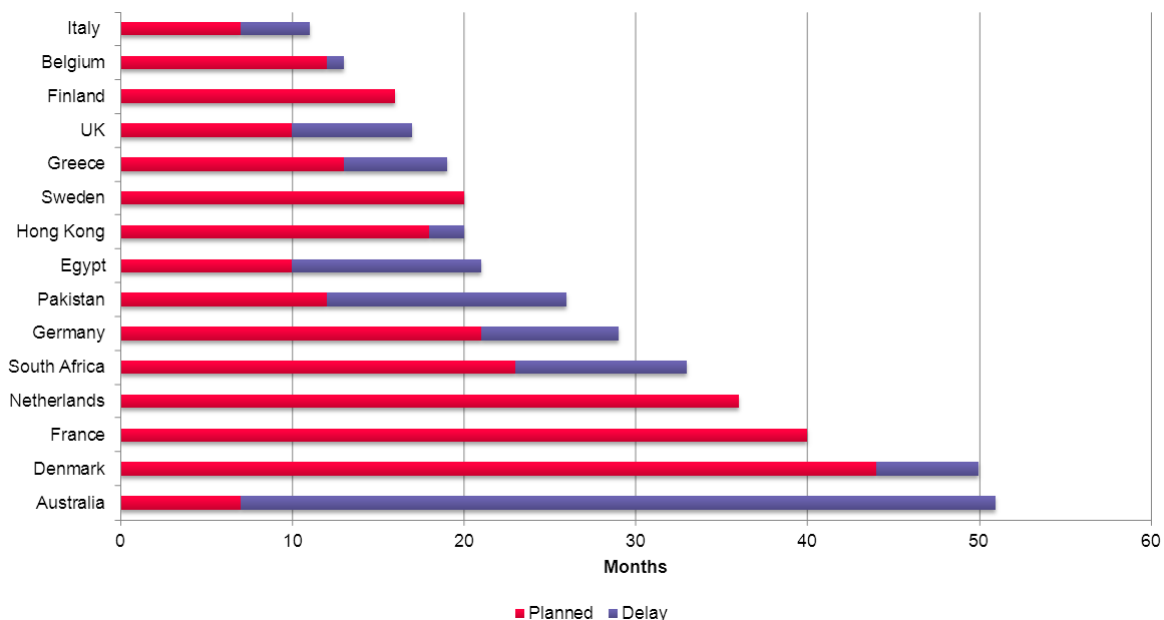


Рис. 1. Узагальненні данні щодо строків впровадження ППН в інших країнах [3]

Список використаних джерел

1. Матусова О. Сутність і класифікація диверсифікації підприємницької діяльності сільських жителів / О. Матусова // Економічний аналіз. 2012. Т. 10(1). С. 266-271.
2. Закон України «Про телекомунікації» від 18.11.2003 № 1280-IV.
3. Матеріали Експертної місії ЄБРР в Україні. Навчальна програма з регулювання зв'язку в Україні. Номерний ресурс та переносимість номерів. Експерт/ Юкка Канервісто. Київ, 6 жовтня 2011 року.

Дубинець Н.О.
магістрант,
Інститут бізнес-освіти
ДВНЗ «КНЕУ імені Вадима Гетьмана»

КОРПОРАТИВНА РЕСТРУКТУРИЗАЦІЯ: СУТНІСТЬ, ФОРМИ ТА НОРМАТИВНО-ПРАВОВЕ РЕГУЛЮВАННЯ

Для того щоб розкрити зміст поняття «корпоративна реструктуризація підприємства», в першу чергу, визначимо безпосередньо саму категорію «реструктуризація підприємства». На основі аналізу визначень, наведених у вітчизняних наукових джерелах, можемо зробити висновок, що реструктуризація підприємства розглядається переважно з позицій системного та процесного підходів. Усі дефініції побудовані з трьох частин – поняття, що визначає сутність реструктуризації (процес, система, комплекс заходів), перелік можливих заходів та мету їх здійснення. І, відповідно, відрізняються рівнем деталізації розкриття цих складових. На нашу думку, визначаючи сутність категорії «реструктуризація підприємства» необхідно виходити з того, що вона розкриває сутність процесу впровадження змін в організації, які можуть носити організаційний, правовий та фінансово-

економічний характер, і забезпечує ефективний розвиток підприємства у довгостроковій перспективі та добробуту його власників.

Відповідно корпоративна реструктуризація є одним з різновидів реструктуризації підприємства, що передбачає зміну власника, організаційно-правової форми, створення нових юридичних осіб з метою забезпечення ефективного розвитку підприємства у довгостроковій перспективі та добробуту його власників. У зарубіжних джерелах визначення корпоративної реструктуризації є більш розширеним і стосується зміни організації бізнесу, що, як правило, призводить до зміни розміру самого бізнесу або компанії з метою адаптації підприємства до змін у зовнішньому бізнес-середовищі.

У міжнародній практиці виділяють три основні види корпоративної реструктуризації – операційна, фінансова та інвестиційна. Операційна реструктуризація може бути здійснена шляхом зниження витрат на оплату праці та виробництва, вдосконалення портфелю продукції або впровадження нових продуктів, розвиток каналів розподілу. Реструктуризація інвестицій призводить до змін основного капіталу або інвестицій в оборотні кошти. Фінансова реструктуризація передбачає зменшення боргу, ін'єкції капіталу, обмін боргу на акції, реструктуризацію боргу, включаючи зменшення процентних ставок, більш тривалі терміни погашення, продаж активів або випуск акцій. Ці види корпоративної реструктуризації можуть бути здійснені паралельно.

Корпоративна реструктуризація може відбуватися у трьох основних формах – укрупнення, подрібнення та перетворення підприємства. Необхідність корпоративної реструктуризації зумовлюється вимогами законодавства, необхідністю створення економічно ефективною корпоративної структури, виведенням зі структури непрофільних активів тощо. На практиці корпоративна реструктуризація може мати різні форми, такі як злиття, придбання, відчуження або викуп, процес реорганізації бізнес-напрямку фірми та організації.

Загальних нормативно-правових актів що регулюють окремі аспекти багато, проте спеціальне законодавство з питань корпоративної реструктуризації в Україні відсутнє. Перш за все, варто відзначити Цивільний [3] та Господарський кодекси України [1], які побічно згадують корпоративну реструктуризацію у розрізі форм реорганізації юридичних осіб. Найбільш детально ці процеси розкриті у законодавстві для акціонерних товариств.

Також існують норми підзаконних актів, у яких відображені положення щодо особливостей злиття і поглинання окремих видів та організаційно-правових форм підприємств і товариств у специфічних сферах господарювання. Прикладом можуть слугувати інструкції та постанови Національного банку України щодо порядку регулювання діяльності банків.

Майже будь-яка процедура злиття і поглинання передбачає концентрацію суб'єктів господарювання, а отже, потребує надання дозволу на концентрацію Антимонопольного комітету України.

Оскільки, корпоративна реструктуризація також може бути пов'язана, наприклад, з продажем акцій, то слід також вказати на Закон України «Про державне регулювання ринку цінних паперів в Україні», Закон України «Про цінні папери та фондовий ринок», рішення Національної комісії з цінних паперів та фондового ринку щодо порядку функціонування фондових бірж, порядку укладання договорів, предметом яких є корпоративні права тощо.

Не менш важливим є Закон України «Про холдингові компанії», за наявності двох умов:

- акціонерне товариство (холдингова компанія) володіє, користується та розпоряджається холдинговим корпоративним пакетом акцій 2-х або більше корпоративних підприємств;
- холдинговий корпоративний пакет акцій складає 50% чи величину, яка забезпечує право вирішального впливу [2].

Не можливо ігнорувати й податкове законодавство, оскільки будь-яка трансакція передбачає досить специфічний об'єкт, предмет та базу оподаткування, а тому мова йде про побічне застосування Податкового кодексу України, наказів Державної фіскальної служби України щодо відображення у податковій декларації з податку на прибутки підприємств операцій з цінними паперами.

Список використаних джерел

1. Господарський кодекс України: № 436-IV від 16 січня 2003 року [Електронний ресурс] – Режим доступу: <http://zakon3.rada.gov.ua/laws/show/436-15>

2. Про холдингові компанії в Україні: Закон України № 3528-IV від 15 березня 2006 року [Електронний ресурс] – Режим доступу: <http://zakon3.rada.gov.ua/laws/show/3528-15>

3. Цивільний кодекс України: № 435-IV від 16 січня 2003 року [Електронний ресурс] – Режим доступу: <http://zakon5.rada.gov.ua/laws/show/435-15>

Іваницька О.В.,
магістрант,
Інститут бізнес-освіти
ДВНЗ «КНЕУ імені Вадима Гетьмана»

АНАЛІЗ СИСТЕМИ ОБЛІКУ ОСНОВНИХ ЗАСОБІВ ТА ЕФЕКТИВНОСТІ ЇХ ВИКОРИСТАННЯ

В сучасних умовах основні засоби є невід’ємним фактором та важливою умовою здійснення будь-якого процесу виробництва. Ефективне управління господарськими процесами вимагає постійного та достовірного їх обліку та контролю за ефективністю використання, що впливає на кінцеві результати господарської діяльності підприємств.

Завданнями аналізу формування системи обліку основних засобів на підприємстві та ефективності їх використання є:

- розгляд теоретичних основ обліку основних засобів, зокрема їх визначення, класифікація та нормативно-правове регулювання;
- дослідження порядку формування облікової політики підприємства і відображення в обліку та звітності операцій з основними засобами;
- здійснення аналізу ефективності використання основних засобів на конкретному підприємстві.

В ході аналізу вивчаються питання з визначення основних засобів, як об’єкта обліку та звітності, розробляється методика аналізу ефективності використання основних засобів на конкретному підприємстві, проводиться факторний аналіз основних показників ефективності використання та наводяться рекомендації щодо підвищення ефективності використання [1].

Аналіз основних виробничих засобів проводився на базі підприємства ПрАТ «Новоград-Волинський хлібозавод» за останні два роки: 2016 (базисний) та 2017 (аналізований).

Для дослідження ефективності використання основних засобів на досліджуваному підприємстві було обрано два найважливіші показники – фондівіддачу та рентабельність основних засобів. Розрахунок показників показав їхню негативну динаміку. Для наочності розрахунків результати представлено у вигляді Табл.1.

Таблиця 1

Показники ефективності використання основних засобів ПрАТ «Новоград-Волинський хлібозавод» за 2016-2017 р.р.

№	Показник	2016 рік	2017 рік	Відхилення
1	Фондовіддача, грн	4,73	3,68	-1,05
2	Рентабельність, %	37	33	-4

Рентабельність та фондівіддача основних засобів являються узагальнюючими показниками ефективності використання виробничих основних засобів, проте, один з них може підвищуватися, а інший знижуватися за один і той же період. Тому, в такому разі доцільним є розрахунок інтегрального показника ефективності (ФЕ) використання основних засобів, що відображає усереднений результат кількох показників [2]:

$$ФЕ = \sqrt{ФВ * Р}$$

де ФВ – фондівіддача;

Р – рентабельність основних засобів.

В ході проведено факторного аналізу встановлено, досліджено вплив окремих факторів на результативні показники, та встановлено, що негативний вплив на зниження фондівіддачі та

рентабельності основних засобів ПрАТ «Новоград-Волинський хлібо завод» у 2017 році викликало значне зростання їх середньорічної вартості, у зв'язку з їх закупівлею.

Для підвищення ефективності використання основних засобів в умовах їх розширення рекомендованим є:

- прискорення введення в дію невстановленого обладнання;
- розробка оптимальної змінності роботи устаткування;
- розробка ефективного плану ремонтних робіт;
- забезпечення виведення зі складу основних засобів недіючого та застарілого обладнання;
- підвищення кваліфікації робочого персоналу в умовах впровадження новітньої високотехнологічної техніки [3].

Список використаних джерел

1. Сопко В. В., Завгородній В. П. Організація бухгалтерського обліку, економічного контролю та аналізу: Підручник. – К.: КНЕУ, 2004. – 412 с.

2. Г.І. Андрєєва Економічний аналіз: Навчально-методичний посібник для самостійного вивчення дисципліни / Уклад. Г.І. Андрєєва. – Суми: УАБС, 2007. – 230 с.

3. Бібліотека економіста 2005–2018. [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://library.if.ua/book/59/4111.html>

*Ковтун Д.В.,
магістрант,
Інститут бізнес-освіти
ДВНЗ «КНЕУ імені Вадима Гетьмана»*

РЕСТРУКТУРИЗАЦІЯ ПІДПРИЄМСТВА ЯК ІНСТРУМЕНТ ДОСЯГНЕННЯ КОНКУРЕНТНИХ ПЕРЕВАГ

Конкурентна боротьба підприємств за ринок та споживача змушує кожне підприємство шукати свій унікальний шлях до просування продукції. Задля досягнення переваги в конкурентних перегонах підприємство має постійно оновлювати свої методи роботи, стиль ведення бізнесу, підходи до співпраці з зовнішніми та внутрішніми стейкхолдерами, оптимізувати бізнес-процеси, вдосконалювати виробництво, розробляти новий продукт, здійснювати інноваційну діяльність та багато іншого. Часто для впровадження нових методик та підходів ведення бізнесу потрібно робити суттєві зміни в функціонуванні підприємства. Не здатність підприємства пристосуватися до навколишніх змін ставить під загрозу існування самого підприємства. Таким чином зміни в діяльності супроводжують підприємство на протязі всього життєвого циклу.

Будь які зміни на підприємстві повинні супроводжуватися чітким планом дій, який повинен містити в собі такі пункти як мета змін, їх масштаб, необхідні ресурси, часовий горизонт, можливі ризики і методи їх усунення, та очікуваний результат від впровадження таких змін.

Ми розглядаємо реструктуризацію – як інструмент здійснення змін на підприємстві. Це послідовно-організований процес переходу від поточного стану підприємства до бажаної цілі у майбутньому. Дуже важливим є попередній точний та акуратний розрахунок послідовності дій які необхідно виконати на діючому підприємстві аби не загубити той потенціал, який досягнуто, а навпаки зберегти існуючі та здобути додаткові переваги. При цьому потрібно враховувати фінансові, організаційні, виробничі, управлінські та інформаційні аспекти які будуть змінюватися під час проведення реструктуризації. Під час вибору форм і методів реструктуризації підприємства важливо враховувати всі фактори, що впливають на цей процес і, передусім, аналіз зовнішнього середовища, зокрема прямий і непрямий його вплив на підприємство, ринкову ситуацію, а також забезпечити ефективне управління всім комплексом проблем, що формують стратегію конкурентоспроможності підприємства. Вона повинна сприяти фінансовому оздоровленню підприємства, збільшенню обсягів випуску конкурентоспроможної продукції, загалом підвищення ефективності виробництва.

Ефективне використання такого інструменту, як реструктуризація, залежить від поточного стану підприємства та його можливостей здійснення перетворень. В залежності від цього визначається важливість задіяння кожного з факторів як внутрішнього середовища, так і зовнішнього

буде відрізнятись. Рівень операційної діяльності підприємства обумовлює охоплення даних факторів, тобто чим гірше воно функціонує, тим більше уваги слід приділяти внутрішнім чинникам, чим краще, тим вагоміші стають фактори зовнішнього середовища.

Керівники, які управляють процесами змін, мають розуміти наслідки які тягнуть за собою впровадження таких змін, а також наслідки при невиконанні або несвоєчасному виконанні потрібних дій. Такі наслідки для підприємства мають бути оцінені, та по кожному з них прийняте рішення чи є даний ризик прийнятний для підприємства чи потрібно вживати заходів для нівелювання настання такого ризику або його цілковитого усунення.

Техніко-технологічне реструктурування охоплює модернізацію або заміну застарілих основних фондів, впровадження нових технологічних процесів, інвестування заходів, спрямованих на краще використання виробничих потужностей та інших ресурсів підприємства. Закриття (ліквідація) підрозділів і навіть підприємств може розглядатися як складова частина такого виду реструктуризації. Ширше визначення техніко-технологічної реструктуризації може передбачати регіональне переміщення виробничих потужностей для використання певних стратегічних переваг, які проявляються у нижчому рівні оплати праці, вищій кваліфікації персоналу, перспективному ринку, кращій інфраструктурі та інших чинниках, які можливо використати при зміні місця розташування бізнесу. Цей вид реструктуризації істотно не збільшує ефективність господарювання, якщо він не супроводжується додатковими змінами в організації, менеджменті, розробкою маркетингової і товарної політики, а також без впровадження політики стимулювання конкурентоспроможності виробництва [1].

Управлінська, або організаційна, реструктуризація охоплює заходи з удосконалення або зміни організаційної структури підприємства, адаптації персоналу для роботи в нових економічних умовах. Ці зміни часто є важливішими, ніж модернізація основних активів. Успішне проникнення на нові ринки вимагає не лише відповідної ефективності виробництва, але й приділення уваги якості, обслуговуванню, інноваціям, продуктивній диференціації і ринковій сегментації.

Застосування концепції часового управління, особливо, під час реструктуризаційних перетворень, є необхідною умовою вчасного виконання всього комплексу запланованих змін, оскільки зміни зовнішніх ринків може бути швидшою, ніж період прийняття управлінських рішень. Що зведе нанівець формування конкурентних переваг, зниження рівня використання наявних ресурсів та можливості розширення ринків збуту. Дії по впровадженню змін мають виконуватись систематично, послідовно та вчасно. Інформація щодо конкретних запланованих змін (плани, інструкції, списки постачальників, виконавців, контактна інформація та інше) має бути логічно організованою, а час на пошук такої інформації має витратитися мінімально. Бізнес середовище живе в атмосфері дуже швидких змін – тому час має значення, і підприємство має невідкладно реагувати на вимоги, які диктує ринок. Якщо підприємство на постійній основі здійснює аналіз навколишнього середовища, і така інформація систематизується і накопичується, тоді керівники, таких підприємств, в змозі приймати адекватні рішення щодо впроваджуваних змін відповідно до поточного стану речей і в короткі проміжки часу. Чим, на наш погляд, можуть досягатися конкурентні переваги.

Список використаних джерел:

1. Організація і управління процесами виробництва [Електронний ресурс] : навч. посіб. / В. Г. Васильков, Н. В. Василькова ; М-во освіти і науки, молоді та спорту України, ДВНЗ "Київ. нац. екон. ун-т ім. Вадима Гетьмана". – Електрон. текстові дані. – Київ : КНЕУ, 2011. – 503 с. – Назва з титул. екрану. – Електрон. версія друк. вид. – Бібліогр.: с. 497-498. – ISBN 978-966-483-485-5 : Б. ц.

2. Інноваційний ресурс соціально-економічного розвитку України [Електронний ресурс] : зб. доп. 84-ї наук. конф. студентів КНЕУ; 24 квіт.-23 трав. 2017 р. / М-во освіти і науки України, ДВНЗ "Київ. нац. екон. ун-т ім. Вадима Гетьмана" ; [відп. за вип. О. А. Петухова]. – Електрон. текстові дані. – Київ : КНЕУ, 2017. – 1032 с. – Назва з титул. екрану. – Текст укр., англ. – ISBN 978-966-926-105-5:Б. ц.

ІМПЕРАТИВ РОЗВИТКУ КРЕАТИВНОЇ ЕКОНОМІКИ

Постіндустріальний розвиток глобальної економічної системи характеризується пріоритетом створення нових знань та гуманістичних цінностей суспільного життя. За визначенням ЮНЕСКО, «креативні індустрії» – це сектори організованої діяльності, основною метою яких є виробництво або відтворення, просування, розповсюдження та / або комерціалізація товарів, послуг та заходів, пов'язаних із культурним, мистецьким або культурним надбанням" [1].

Однією з сучасних тенденцій є вплив творчого сектору на економічні та соціальні процеси в глобалізованому суспільстві, що отримало назву «креативної економіки», що включає мистецтво, дизайн, кінематографію, театральну діяльність, організацію свят, концертів, рекламу, видавничу діяльність, звукозапис музичних творів, радіомовлення, комп'ютерні послуги, програмне забезпечення, цифрові медіа, програмне забезпечення, архітектуру, ювелірне виробництво, музейну діяльність тощо.

Креативна економіка породжує не тільки економічні вигоди, але також має нематеріальну цінність, що, в свою чергу, впливає на загальні процеси в суспільстві. Зокрема, це призводить до трансформації соціальної структури суспільства, що характеризується виникненням нового творчого прошарку в соціальній структурі суспільства. Такі соціальні процеси зміни засад формування ринкової кон'юнктури у цілому, оскільки впливають на смаки та переваги споживачів, вимоги до умов праці, можливості творчої реалізації особистості, дотримання прав і свобод, відкритості і підзвітності урядів тощо.

Розвиток креативної економіки пов'язаний з технологічними інноваціями, новими бізнес-моделями, диджиталізацією тощо. Оскільки в основі креативної економіки лежить індивідуальна творчість, яка спирається на індивідуальні знання, навички, таланти та здібності, то імперативом формування креативної економіки є цілеспрямоване створення інтелектуального середовища її розвитку, яке повинно відповідати вимогам творчих індивідів стосовно можливості впровадження їх ідей. Відтак зростає роль освіти та науки, громадянського суспільства.

Вирішальним фактором розвитку креативної економіки є зміна управлінських функцій створення матеріальних та нематеріальних благ. Такі суспільні зміни відбуваються передусім в розвинених країнах, які мають не лише значний дохід, промисловість 4.0, але й сформовані ринкові інститути та демократичні традиції. В країнах, з ринками, що формуються креативна економіка зосереджується передусім у столицях, мегаполісах та культурних центрах.

Список використаних джерел

1. Вебсайт ЮНЕСКО: http://portal.unesco.org/culture/en/files/30297/11942616973cultural_stat_EN.pdf/cultural_stat_EN.pdf.

ОСОБЛИВОСТІ БУХГАЛТЕРСЬКОГО ТА ПОДАТКОВОГО ОБЛІКУ ОПЕРАЦІЙ З ЕКСПОРТУ

Експорт товарів та послуг є важливим джерелом надходження валюти в Україну, засобом утвердження національних суб'єктів господарювання на міжнародних ринках та стимулом для підвищення ними якості товарів і послуг. Ці чинники є необхідною умовою для розвитку національної економіки.

Оскільки, операції з експорту мають, зазвичай, транскордонний характер, суб'єкти цих операцій перебувають під юрисдикцією різних держав, та керуються різним законодавством, у тому числі, що стосується обліку та оподаткування.

Особливістю обліку операцій з експорту є перш за все те, що вони валютні. Відтак, по-перше, оплата за продукцію, товари, послуги, що здійснена або підлягає здійсненню, відображається в бухгалтерії не лише у грошових одиницях валюти розрахунку, а й обов'язково перераховується у гривні. По-друге, поділ статей балансу на монетарні (ті, що відображають грошові кошти, та активи і зобов'язання, що будуть отримані або сплачені грошима або їх еквівалентами), та немонетарні – інші статті, відмінні від монетарних.

Наступною особливістю обліку операцій з експорту є його об'єкти. Окрім об'єктів, притаманних обліку господарської діяльності, що здійснюється в межах України (продукція, товари, доходи від реалізації, розрахунки та ін.), облік операцій з експорту має специфічні об'єкти: іноземна валюта, валютні операції, курсові різниці.

Також, особливістю обліку операцій з експорту є валютний контроль, якому підлягають розрахунки в іноземній валюті. Законодавством встановлено строк 180 календарних днів з дати митного оформлення товару для зарахування виручки в інвалюті на рахунок експортера.

Якщо цей строк порушений, у експортера є дві опції: або подати заяву до Експортно-кредитного агентства чи позов до Міжнародного комерційного арбітражу чи Морської арбітражної комісії при ТПП України, або зазнати санкцій з боку держави у виді пені 0,3% суми неоподаткованої виручки за кожен день прострочення, аж до досягнення пенею суми неоподаткованої виручки.

Отже, строк врегулювання сумнівної заборгованості від операцій з експорту складає півроку, порівняно зі строком врегулювання між суб'єктами господарювання України, виходячи з позовної давності в три роки, і яку за угодою сторін можна продовжити ще, закріпивши цю умову в договорі.

Обов'язковий продаж надходжень в інвалюті є наступною особливістю обліку операцій з експорту. Національний банк України встановив вимогу продавати на міжбанківському валютному ринку України 50% надходжень в іноземній валюті із-за кордону. Решта 50% залишається в розпорядженні експортера і використовується ним відповідно до правил валютного регулювання.

Облік курсових різниць, тобто різниць між оцінками однакової кількості одиниць іноземної валюти при різних валютних курсах, є наступною особливістю обліку операцій з експорту. Такі оцінки застосовуються лише до монетарних статей.

Потреба визначення курсових різниць притаманна лише операціям, де перша подія – відвантаження товару, оскільки дебіторська заборгованість покупця виражена у грошових одиницях, отже є монетарною статтею. У разі, коли перша подія – передплата, зобов'язання експортера передати товар виражається в натуральних, а не грошових одиницях, і курсові різниці в такому разі не можуть бути визначені.

Курсові різниці виникають внаслідок зміни валютного курсу на дату оплати або на дату балансу порівняно з курсом на дату перетину товаром митного кордону. Ця різниця може бути на користь експортера (валютний курс виріс і коштів отримано більше, ніж вартість товару виражена в гривнях) – отримано дохід. Або на шкоду експортеру (валютний курс знизився і коштів отримано менше, ніж вартість товару виражена в гривнях), що спричинило втрати.

Особливістю податкового обліку розглядуваних операцій є те, що для цілей оподаткування операції з експорту це лише операції з вивезення товарів у митному режимі експорту або реекспорту.

Це не відповідає визначенню експорту за ЗУ «Про зовнішньоекономічну діяльність», за яким вивезення товарів за митну територію не є обов'язковою умовою для визнання операції експортною.

Внаслідок податкової реформи, що відбулася 01.01.2015 року, податковий облік податку на прибутку гармонізовано з бухгалтерським обліком, тож відмінностей між цими обліками в частині визнання фінансового результату наразі немає.

Особливістю податкового обліку ПДВ є те, що експортовані товари та деякі послуги оподатковуються за нульовою ставкою, а послуги, місце постачання яких поза митною територією України, не є об'єктом оподаткування ПДВ. Також, особливістю є бюджетного відшкодування ПДВ експортерам.

Крім того, слід виділити такі особливості, як необхідність розрахунку та сплати експортного мита на деякі товари, відсутність акцизного збору при реалізації підакцизних товарів за інвалюту, поділ платників податків на резидентів та нерезидентів.

Отже, слід зробити висновок, що бухгалтерський та податковий облік операцій з експорту мають ряд особливостей, які необхідно враховувати в господарській діяльності, для уникнення помилок обліку та спотворення фінансової звітності. Також, необхідне подальше узгодження норм законодавства щодо визначення операцій з експорту, та назріла необхідність для Мінфіну затвердити методичні рекомендації з бухгалтерського обліку операцій з експорту.

Список використаних джерел:

1. Волкова І.А., Калініна О.Ю. Облік та аналіз експортно-імпортних операцій на прикладі підприємств Західного регіону: монографія. – Луцьк: ВІЕМ, 2010. – 240 с.

2. Податковий кодекс України від 2 грудня 2010 року №2755-VI (із змінами і доповненнями) [Електронний ресурс] // Верховна Рада України [сайт]. – режим доступу: <http://zakon.rada.gov.ua/laws/show/2755-17>

*Кочук С. І.,
аспірант кафедри економічної теорії,
ДВНЗ «КНЕУ імені Вадима Гетьмана»*

АЛГОРИТМ РЕАЛІЗАЦІЇ СТРАТЕГІЧНИХ ПРІОРИТЕТІВ ЕКОНОМІЧНОЇ ПОЛІТИКИ ДЕРЖАВИ

Однією з основних проблем уповільнених темпів регуляторних реформ є відсутність єдиного стандарту та алгоритму узгодження та реалізації стратегічних пріоритетів соціально-економічного розвитку та конкретних напрямків регуляторної економічної політики.

У відповідності із загальноприйнятими етапами визначення напрямків, змісту та характеру економічної політики в цілому, та регулятивної зокрема, проведено прогнозно-аналітичне оцінювання ефективності попередньої стратегії розвитку та визначення сценаріїв розвитку національної економіки у майбутньому. Вивчення місця та ролі країни у світовій економіці, рівня її конкурентоспроможності, ступеню фактичного використання конкурентних переваг, позитивних та негативних тенденцій у національній та світовій економіці, наявних та перспективних структурних зрушень в економіці та гальмуючих факторів, призвело до висновку, що «змішана» модель розробки та реалізації державної політики найбільш відповідає як стартовим умовам поточної соціально-економічної ситуації, стратегічним цілям та пріоритетам розвитку національної економіки, так і основним напрямкам реалізації стратегічних цілей.

Алгоритм, передусім узгодження стратегічних пріоритетів соціально-економічного розвитку та конкретних напрямків регуляторної економічної політики, та, безумовно, їх реалізації, побудований на принципах комплексності, системності, несуперечності всіх ключових елементів.

Блок 1 «Загальностратегічний». Основне завдання щодо визначення напрямку економічної політики – це узгодження базових цінностей у суспільстві, світових та загальноєвропейських трендів соціально-економічної політики держави та місії, принципів та пріоритетів регуляторної економічної політики в Україні.

Блок 2 «Стратегічно-тактичний». На цьому етапі реалізації регуляторної економічної політики говоримо про «стратегічні речі» – місію, принципи, пріоритети регуляторної економічної

політики в Україні, її відповідності стратегії національного розвитку. З іншого – даний блок включає аналіз основних поточних проблем, визначення конкретних проектів та програм, характеристику джерел фінансування та ресурсного забезпечення регуляторної політики, а, головне, виокремлення цільових показників, етапів та ефективності її реалізації. Звідси і основне завдання даного блоку – визначення, які саме господарські відносини слід регулювати, окреслення методології регулювання та оцінювання результативності регуляторної економічної політики.

Блок 3 «Оціночно-прогностичний». Даний блок алгоритму реалізації та узгодження стратегічних пріоритетів та регуляторної економічної політики в Україні, передбачає не лише корегування (за необхідності) термінів та послідовності етапів реалізації регуляторних трансформацій, але й оцінку її ефективності, виходячи з певних цільових показників та індикаторів.

Запропонований алгоритм, дозволяє мінімізувати негативний вплив тих регуляторних ініціатив та традицій, що були реалізовані протягом останніх десятиліть; забезпечує доступ до аналізу взаємозв'язку між загально стратегічними цілями соціально-економічного розвитку країни та конкретними напрямками регуляторної економічної політики; уможливорює об'єктивну оцінку ефективності регуляторної політики та стратегічний прогноз її впливу.

Лише комплексний підхід, який оцінює вплив регуляторного акту / процесу від базисних цінностей в суспільстві, світових трендів, наявних ресурсів та місії регуляторної політики до оцінювання впливу на бізнес та суспільство, державну та місцеву владу, національну та локальну економіку забезпечать продуктивну реалізацію регуляторних реформ в контексті європейського вектору розвитку.

Список використаних джерел:

1. Transition report 2016-2017 // EBRD 2016 // Режим доступу: <http://2016.tr-ebrd.com/countries/>
2. Ляпін Д. Щодо актуальних проблем регуляторної політики України та напрямів їх вирішення у 2018 році // Аналітична записка // Національний інститут стратегічних досліджень Режим доступу до ресурсу <http://www.niss.gov.ua/articles/2903/>
3. Міняйло Н. Гроші на бізнес від держави. В розвинених країнах уряди дають дешеві кредити малим підприємствам // Електронний ресурс // Режим доступу до ресурсу: http://texty.org.ua/pg/article/editorial/read/77577/Groshi_na_biznes_vid_derzhavy_V_rozvyynenyh
4. Методичні рекомендації з перегляду регіональних регуляторних актів // Державна регуляторна служба України // Режим доступу до ресурсу: <http://www.drs.gov.ua/deregulation/metodychni-rekomendatsiyi-z-pereglyadu-regionalnyh-regulyatornyh-aktiv/>

*Кузьмік В.О.,
магістрант,
Інститут бізнес-освіти,
ДВНЗ «КНЕУ імені Вадима Гетьмана»*

ОЦІНЮВАННЯ РЕЗУЛЬТАТИВНОСТІ ФУНКЦІОНУВАННЯ БІЗНЕСУ

Розвиток підприємництва в країні вимагає від суб'єктів господарювання найбільш раціонального використання ресурсів, щоб досягти максимального ефекту та реалізувати місію підприємства. Фінансово-економічні результати будь-якого підприємства є ключовим показником, що характеризує ефективність його господарювання протягом звітного періоду. Крім того, сьогодні економічний розвиток України неможливий без існування суб'єктів бізнесу на основі принципів самоокупності та самофінансування, ключовою умовою здійснення яких є формування системи ключових індикаторів результативності, які б забезпечили планування та контролювання процесу господарювання.

Питання визначення результатів діяльності суб'єкта господарювання сьогодні є досить актуальним, так як від правильної їх оцінки залежить точність визначення ефективності діяльності підприємства, ступінь досягнення цілей підприємством, можливість адекватного стимулювання трудової активності персоналу.

Проведене дослідження показало, що основна увага науковців приділена трактуванню фінансових результатів, а от поняття «економічний результат» потребує подальшого вивчення. Тому

для глибокого дослідження економічних результатів підприємства необхідно проаналізувати різні наукові підходи до трактування даних понять. Крім цього, треба визначити основні складові результату підприємства, а також види досліджуваної категорії залежно від конкретної виробничо-господарської ситуації та ознаки класифікації.

Саме в залежності від досягнутих результатів бізнесу слід будувати всю чинну систему матеріальних і моральних колективних стимулів, зокрема, від них має залежати зарплата трудового колективу, премії тощо. Інакше працівники не будуть орієнтуватися на покращення результатів підприємства, підвищення його ефективності, досягнення цілей підприємства. Такі оцінки можуть бути зроблені на основі різних методів, різними способами, а тому одна по своїм результатам трудова діяльність може бути оцінена різними кількісними мірками, або (що ще гірше) різні результати діяльності можуть бути оцінені однаково, а то й навпаки, тоді кращі будуть вважатися відстаючими, а гірші, навпаки, передовиками, якщо така система має сенс. Звідси випливає друге важливе завдання оцінки результатів бізнесу – сприяти виявленню і реалізації внутрішньовиробничих резервів підвищення ефективності виробництва, досягненню кращих кінцевих результатів, прийняття позитивних господарських рішень.

Оцінка бізнесу повинна:

- служити базою для економічних нормативів, їх структури і кількісних значень;
- сприяти вибору основних напрямків подальшого вдосконалення господарського механізму, удосконалення планування, організації виробничої або торговельної діяльності;
- визначати фінансово-економічну оцінку привабливості об'єкта інвестування для вкладення коштів на перспективу.

Дослідження літератури показало, що існує декілька принципово різних підходи до оцінки діяльності бізнесу. Один з них полягає в тому, що для оцінки потрібна система показників, що відображають багатосторонню діяльність підприємства. Але система показників не може об'єктивно оцінити діяльність підприємства в цілому в силу того, що всі показники, як правило, досить суперечливі, мають різну спрямованість і «заперечення» в динаміці. Поліпшення одного з них призводить до погіршення ряду інших, і навпаки – що ускладнює процес визначення результативності бізнесу.

Ця суперечливість особливо проявляється на прикладі показника якості продукції. З поліпшенням якості продукції, що випускається на підприємстві (за інших рівних умов) погіршуються показники продуктивності праці, собівартості продукції, витрат на зарплату, матеріальних витрат, а якщо якість продукції підвищується в рамках однієї і тієї ж категорії (а не при переході з першої категорії якості в вищу), то до перерахованих показниками можна додати можливе погіршення показників обсягу реалізації, прибутку, рентабельності, фондівіддачі і інших.

Здається, що для відповіді на це питання, як і на безліч інших аналогічних питань, які можуть бути поставлені реальною дійсністю, знадобиться глибокий економічний аналіз, проведення по кожному підприємству необхідних розрахунків і зведення, і в кінцевому рахунку, всіх кількісних значень показників до одного результуючого підсумку. Іншого шляху тут просто не існує, бо оцінка на основі великої кількості показників вимагає глибокого і об'єктивного обґрунтування еквівалентності зміни різних показників, таких як приріст прибутку, зростання продуктивності праці, підвищення якості продукції тощо.

Фахівці в галузі кібернетики вже давно прийшли до висновку про те, що для пошуку кращого варіанту існування або розвитку якоїсь системи необхідний тільки один критеріальний показник (так звана цільова функція), максимізація або мінімізація якого забезпечить оптимальність рішення. Але це, звичайно, не означає, що інші показники при оптимізації параметрів системи ігноруються. Вони вводяться в модель системи в якості обмежень і таким чином впливають на остаточний результат. Це приводить до висновку про необхідність іншого підходу до оцінки діяльності підприємства на основі одного синтетичного комплексного показника, який одночасно слугував би критеріальним показником. Цьому присвячені дослідження щодо створення збалансованої системи показників у наукових працях багатьох вітчизняних та іноземних вчених.

Проведене дослідження сучасних підходів до вивчення економічних результатів бізнесу показав, що найчастіше основними індикаторами вважаються такі величини як: прибуток, приріст власного капіталу та ринкової вартості підприємства.

На думку науковців результат як приріст ринкової вартості підприємства має значення лише тоді, коли власник планує його продати. Що стосується результату у вигляді приросту власного капіталу, то важливість його в тому, що він є основним поточним індикатором інтересів власника, так як саме цей приріст буде впливати на прибуток та зміну вартості підприємства.

Однак, на думку деяких вчених, здійснюючи управління ринковою вартістю підприємства, його власники прагнуть перш за все максимізувати її величину, ставлячи при цьому відповідну задачу перед топ-менеджерами.

Проведене дослідження показало неоднозначність існуючих підходів до системи оцінювання результативності бізнесу та необхідність більш глибокого вивчення цих питань.

Список використаних джерел:

1. Олексюк О. І. Результативність діяльності підприємств як основа формування їх інвестиційної привабливості / О. І. Олексюк // Інвестиції: практика та досвід. – 2009.
2. Олексюк О. І. Економіка результативності діяльності підприємства: монографія / – К. : КНЕУ, 2008.
3. Друкер Питер Ф. Управление, нацеленное на результаты: Пер.с англ. – М.: Технологическая школа бизнеса, 1994.

*Липовенко Д.М.,
магістрант,
Інститут бізнес-освіти
ДВНЗ «КНЕУ імені Вадима Гетьмана»*

ОЦІНКА ЕФЕКТИВНОСТІ ІНВЕСТИЦІЙНИХ ПРОЕКТІВ

Формування коштів оцінки ефективності і попереднє моделювання результатів інвестування в фінансові та нефінансові активи сприяє зменшенню рівня ризику і негативних очікувань учасників інвестиційного процесу та прийняттю оптимальних рішень при інвестуванні. Таким чином, збільшення значущості інвестиційного потенціалу і віддачі від його застосування в інвестиційній діяльності дає можливість створювати умови для поліпшення інвестиційної привабливості країни. Розвиток підприємства, вдосконалення виробництва та підвищення його ефективності безпосередньо пов'язані з проведенням інвестиційної діяльності. Проблема реалізації інвестиційної діяльності стала однією з найважливіших у процесі економічної реформи в Україні. [6]

Оцінка інвестиційних проектів – це визначення показників, що відображають відповідність проекту інтересам його інвесторів і учасників. Однак, якщо виходити із законодавства України процедура оцінки інвестиційних проектів не є обов'язковою, вона допомагає убезпечити себе і свої фінансові кошти від ризику втратити весь вкладений капітал і отримати достатню для компенсації всіх ризиків прибуток. Оцінка інвестиційних проектів ґрунтується на формуванні економіко-математичної моделі розвитку проекту, його втілення в життя. Важливість моделювання обумовлюється тим, що оцінка інвестиційних проектів не може враховувати всі малозначні фактори, оскільки сама його реалізація – це досить складний і багатоплановий процес, з точністю передбачити розвиток якого неможливо. [3]

При аналізі альтернативних варіантів інвестиційних проектів можуть виникати суперечності: проект, прийнятий за одним критерієм, може бути не вигідний по іншому; по інвестиційному проекту можуть мати місце кілька різних значень критерію IRR, для кожного з яких $NPV = 0$. Якщо масштаби проектів істотно розрізняються, то перед інвестором постає дилема: вибрати варіант з максимальним NPV або порівняно невеликий за масштабами, але високорентабельний проект, керуючись числовим значенням критерію IRR. Методичні рекомендації пропонують у всіх спірних випадках використовувати критерій NPV , хоча обґрунтування цієї пропозиції відсутні. [4]

Для поглибленого аналізу ефективності інвестиційних проектів слід використовувати динамічні методи, засновані на розрахунку узагальнюючих показників ефективності за весь період реалізації проекту з урахуванням чинника часу настання грошових припливів і відтоків, пов'язаних з проектом. Основним критерієм ефективності інвестицій є максимальне значення чистого дисконтованого грошового потоку, розрахованого за весь життєвий цикл проекту. [7]

В процесі оцінки довгострокових проектів, внаслідок нерівномірності і нерівноцінності в часі потоків грошових коштів, для підвищення достовірності оцінки ефективності необхідно використовувати більш дробовий крок розрахунку, рівний півріччю, кварталу або місяця. [1]

Таким чином, для зниження ризиків, в тому числі непрогнозованих завершень інвестиційних проектів, потрібне підвищення якості оцінки їх ефективності на основі більш повної експертизи за рахунок використання інтегральних оцінок, що враховують як традиційні, так і інші показники, що представляють суттєвий інтерес для інвестора. [5]

Механізм комплексної оцінки інвестиційних проектів промислових підприємств дозволяє оцінити ефективність більш повно за допомогою єдиного інтегрального показника, що враховує сукупність інтересів інвесторів, забезпечуючи тим самим розробку і реалізацію обґрунтованих інвестиційних стратегій. [2]

Успішна реалізація і досягнення намічених цілей інвестиційної політики сприяють підвищенню фінансової стійкості компанії, зміцненню її позицій по відношенню до інших компаній, накопичення фінансових ресурсів для здійснення відтворювальної та інноваційної діяльності.

Список використаних джерел:

1. Блау, С.Л. Інвестиційний аналіз: Підручник для бакалаврів / С.Л. Блау. – М.: ІТК Дашков і К, 2016. – 256 с. 4.
2. Даниловський Т.Є. Оцінка ефективності використання основних виробничих засобів підприємства, як основа розробки його виробничої стратегії // Економіка і сучасний менеджмент: теорія і практика. 2017. № 32. С. 100-106. 14.
3. Золотухіна Е.Б., Шмикова Г.Л. Моделювання інвестиційної стратегії на прикладі підприємства реального сектора // Сучасні проблеми науки та освіти. – 2017. – № 2-1.
4. Казьмін, Е. В. Проблеми вибору умов розвитку інноваційної діяльності в ринковій економіці / Є. В. Казьмін; Севастопольський нац. техніч. ун-т (Україна) // Економіка очима молодих: матеріали III Міжнар. економіч. форуму молодих вчених (Вилейка, 28-30 травня 2010 року). – Мінськ, 2014. – С. 179-181. 26.
5. Колмикова, Т.С. Інвестиційний аналіз: Навчальний посібник / Т.С. Колмикова. – М.: НДЦ ИНФРА-М, 2013. – 204 с.
6. Липсиц, І.В. Інвестиційний аналіз. Підготовка і оцінка інвестицій в реальні активи: Підручник / І.В. Липсиц, В.В. Косов. – М.: НДЦ ИНФРА-М, 2013. – 320 с.
7. Уотшем Т.Дж., Паррамоу К. Кількісні методи в фінансах, Москва. – М.: Юніті, 2013. 33.

*Лук'яненко Н.В.,
магістрант,
Інститут бізнес-освіти
ДВНЗ «КНЕУ імені Вадима Гетьмана»*

УПРАВЛІННЯ КРЕДИТОСПРОМОЖНІСТЮ ПІДПРИЄМСТВА ЯК ОСНОВА СТАЛОГО РОЗВИТКУ В РИНКОВИХ УМОВАХ

В умовах розвитку ринкової економіки, який активно прогресує в Україні, залучення кредитних ресурсів у процесі господарської діяльності підприємств є виправданим та доцільним фінансово-управлінським рішенням. Залучення позикових коштів дозволяє суб'єктам господарської діяльності не тільки оперативнo вирішувати нагальні питання операційної діяльності, а й дає можливість планувати та реалізовувати розвиток та розширення бізнесу у довгостроковій перспективі навіть за відсутності власних вільних ресурсів.

Втім, кожне підприємство має нести відповідальність за вчасне виконання взятих на себе фінансових зобов'язань. Тож ефективне управління кредитоспроможністю підприємства набуває ключового значення як запорука стабільного та надійного фінансового стану підприємства та основа його довготривалого та сталого розвитку. Це є одним з найважливіших завдань менеджменту підприємства, оскільки неопосередковано впливає на фінансові результати господарської діяльності та перспективи його успішного функціонування.

За даними Державної служби статистики України щодо фінансових результатів діяльності підприємств України за останні п'ять років, з року в рік більше чверті підприємств були збитковими. Хоча в останні три роки ситуація дещо покращилась, це питання залишається дуже гострим, адже у 2017 році 27,5% підприємств отримали збиток. І одним з чинників, які вплинули на формування таких результатів є динамічне зростання рівня поточних зобов'язань та забезпечень підприємств.

Згідно законодавчого визначення та за своєю економічною сутністю кредитоспроможність визначається як «наявність у позичальника (контрагента банку) передумов для отримання кредиту та його здатність повернути кредит і відсотки за ним у повному обсязі та в обумовлені договором строки» [2]. Виходячи з даного визначення, сутність управління кредитоспроможністю підприємства можна охарактеризувати як комплекс організаційних та фінансових рішень і дій менеджменту, пов'язаних із безперервним забезпеченням ефективності діяльності підприємства для залучення позикових ресурсів, їх повного та своєчасного повернення із сплатою відсотків за користування послугою кредитування.

Ефективне управління кредитоспроможністю підприємства має на меті підтримання такого її рівня, щоб кредитори були готові надавати підприємству кошти у необхідних йому обсягах та в потрібний час і на вигідних та зручних для позичальника умовах. Підприємство в свою чергу має бути здатним виконати свої зобов'язання щодо погашення основної суми боргу та відсотків за ним у поточному та перспективному періодах.

Для досягнення такого рівня ефективності у суб'єкта господарювання повинен бути розроблений та задіяний такий механізм управління кредитоспроможністю, який би дозволяв підтримувати встановлений та необхідний рівень кредитоспроможності за рахунок своєчасного реагування на зміну внутрішніх та зовнішніх умов діяльності компанії. «Безпосередньо сам процес реалізується за допомогою методів планування, регулювання та контролю шляхом впливу на відповідні важелі, з дотриманням визначених принципів та за підтримки нормативного й інформаційного забезпечення» [1; 21].

Якщо поглянути на кредитоспроможність підприємства з точки зору інших учасників ринкових відносин, таких як кредитні установи, постачальники товарів та послуг, то її стабільний та високий рівень є одним з найважливіших факторів, які впливають на їх бажання та готовність працювати з компанією на зручних та лояльних для неї умовах, адже саме кредитори несуть на собі ризики неповернення позичальником наданих йому ресурсів. Тож ефективне управління своєю кредитоспроможністю надає підприємству широкі можливості взаємовигідної співпраці з контрагентами та забезпечує впевненість у майбутньому.

Підводячи підсумки, можна сміливо стверджувати, що якісне управління кредитоспроможністю забезпечує підприємству можливість оперативно та ефективно реагувати на щоденні виклики ринкової економіки, гнучко адаптуватися до постійних змін зовнішнього економічного середовища та бути готовим і здатним до продуктивного, успішного та неперервного розвитку свого бізнесу в майбутньому.

Список використаних джерел:

1. Баюра Д.О. Організаційно-економічний механізм управління кредитоспроможністю підприємства в умовах ринкової невизначеності / Д. О. Баюра, І. В. Подшивалов // Теоретичні та прикладні питання економіки. – 2016. – Вип. 2. – С. 14–23. [Електронний ресурс] – Режим доступу: http://nbuv.gov.ua/UJRN/Tpre_2016_2_4.

2. Положення про порядок формування та використання банками України резервів для відшкодування можливих втрат за активними банківськими операціями // Постанова Правління Національного банку України від 25.01.2012 р. № 23. [Електронний ресурс] – Режим доступу: <http://zakon.rada.gov.ua/laws/show/z0231-12>

СТРАТЕГІЧНИЙ ПІДХІД ДО ДОСЛІДЖЕННЯ ЕКОНОМІЧНОЇ СТІЙКОСТІ ПІДПРИЄМСТВА

Категорія «стійкості» є міждисциплінарною, а її сутнісні інтерпретації розкривають традиційні уявлення про збереження предметів або життєдіяльність різних видів систем, стабільність протікання процесів, закономірно повторюваних явищ буття, що пов'язує у цілісну методологічну базу ключові наукові принципи збереження, симетрії, системності, рівноваги, абсолютності та відносності, стабільності та змін [1]. У економічному дискурсі актуалізація досліджень економічної стійкості є пов'язаною з глобальними енергетичними кризами (1973 р., 1979 р.), коли вперше гостро постала проблема обмеженості природних ресурсів. Це зумовило соціально-екологічну переорієнтацію наукової думки щодо категорії «стійкості», результатом якої стало формування концепції стійкого розвитку.

У сучасних наукових дослідженнях [1–5] не існує однозначного визначення економічної стійкості підприємства. Науковці виділяють безліч підходів до дослідження економічної стійкості, серед яких найбільш розповсюдженими є: цільовий, соціальний, фінансовий, стратегічний, ресурсний, структурно-кібернетичний, адаптаційно-рівноважний, еволюційно-прогресивний, ін. Особливістю дослідження економічної стійкості у змістовних межах визначених підходів є те, що усі вони розглядають стійкість у ретроспективному контексті, тобто крізь призму минулих подій. А стан економічної стійкості, аналізують виключно як результат минулих управлінських рішень. У такій змістовній постановці доцільно звернути увагу на стратегічно-орієнтований підхід до визначення економічної стійкості, який фокусується на розумінні її сутності як властивості підприємства (організаційна здатність використання можливостей середовища господарювання, що створює передумови для перманентної реалізації функціонального призначення – забезпечення суспільної цінності) та стану (моментна форма прояву властивості як поточна міра відповідності взаємозв'язку ресурсів, процесів та поведінки) [1].

Стратегічно-орієнтований підхід до визначення економічної стійкості підприємства дозволяє комплексно розкрити онтологію економічної стійкості підприємства в органічній єдності властивості та стану. Такий підхід до дослідження економічної стійкості поєднує як статику – моментний стан сукупності певних параметрів та ознак, що характеризують процеси трансформації ресурсів у економічні результати, так і динаміку – формування такого стану через забезпечення економічної стійкості як властивості. Економічна стійкість як системна властивість підприємства забезпечує його здатність до реалізації свого функціонального призначення, а стан економічної стійкості сигналізує про рівень реалізації можливостей можливостей бізнес-середовища, що в кінцевому підсумку може виступати критерієм ефективності управління підприємством.

Список використаних джерел:

1. Пономаренко Т. В. Оцінка та формування економічної стійкості підприємства [монографія] / Т. В. Пономаренко. – Кривий Ріг: ДВНЗ «КНУ», 2016. – 345 с.
2. Коваленко Н. В. Вплив підвищення економічної стійкості промислових підприємств на їх конкурентоспроможність в умовах економічної кризи / Н.В. Коваленко // ВЗНУ. Збірник наукових праць. Серія «Економічні науки». – 2010. – № 10. – С. 65 – 68.
3. Козик В. В. Сутність, види та чинники формування економічної стійкості підприємства / В. В. Козик, В. Ю. Паньків, В. А. Гришко // Науковий вісник НЛТУ України. – 2013. – Вип. 23.12. – С. 219–226.
4. Мисхожев Э. Р. Теория и методология управления экономической устойчивостью промышленных предприятий: автореферат дис на соис уч. Степени доктора спец 08.00.05 – экономика и управление народным хозяйством (экономика, организация и управление предприятиями, отраслями, комплексами: промышленность. – Санкт-Петербург, 2013, – 38 с.

5. Фещур Р. В. Економічна стійкість підприємства – становлення понятійного базису / Р. В. Фещур, Х. С. Баранівська // Вісник Національного університету «Львівська політехніка». Менеджмент та підприємництво в Україні: етапи становлення і проблеми розвитку, 2010. – с. 284–290.

*Stanislav Naumenko
Master, Institute of Business Education,
Kyiv National Economic University
named after Vadym Hetman*

VALUATION OF THE BANK

Valuing banks and investment banks has always been difficult, but the market crisis of 2008 has elevated the concern to the top of the list of valuation issues. The problems with valuing financial service firm stem from two key characteristics. The first is that the cash flows to a financial service firm cannot be easily estimated, since items like capital expenditures, working capital and debt are not clearly defined. The second is that most financial service firms operate under a regulatory framework that governs how they are capitalized, where they invest and how fast they can grow. Changes in the regulatory environment can create large shifts in value. [1]

There are several main methods to value the bank. Some of them are:

- Asset Based approach, where there is a requirement to value the loan portfolio of the bank and subtract the outstanding debt to estimate the value of equity. [2]
- Market Approach, where the value of the equity can be estimated using the market capitalization. [2]
- Income approach focuses on the conversion of expected future economic benefits into their present value. The common free cash flow on equity method is highly valid for bank valuation because it reflects the fact that banks can create value from the liability side of the balance sheet. [2]
- Contingent claim valuation that is based on more advanced mathematical appliance.

The Black-Scholes model is appropriate for valuation of companies, which assets and liabilities measures are comparable by significance. The model is feasible for usage in bank valuation, since operations on both assets and liabilities are significant for the banking business structure. [3]

In this research paper, the author proposes to use the income approach where forecasts are based on more advanced mathematical techniques. The idea is to estimate the future cash flow using the dynamic balance sheet model with the operational and liquidity risks.

The fact that banks' balance sheets tend to change dynamically may be particularly for financial analysts and banking regulators. A usual static balance sheet assumption may be valid only in some very special cases of shocks of the low magnitude and in relatively short periods. There are at least four policy relevant aspects of the relationship between investment strategies and funding conditions. There are : macro-prudential policy analysis dynamic solvency conditions, credit supply conditions, effectiveness of liquidity management. [5]

The complexity of the balance sheet management is related to the fact that is a multi-criteria problem with goals changing in time depending on the liquidity and solvency outlook. The main goal is that Banks try to maximise their profits but also have to build adequate buffers against possible fluctuations of their funding, especially given the high leverage of the bank's business model. [6]

Furthermore, the Monte Carlo method was implemented in the dynamic balance sheet model. The situation was simulated approximately 1m times and depth of the simulation is 10 years. Macro economic fluctuations and international economic fluctuations were modelled using the stochastic methods. The correlations between macroeconomical factors and the banks balance sheet and results were modelled using net neural techniques and artificial intelligence. [7]

The implementation of the model is comprehensive in how it treats the return-vs-risk trade-off and regulatory aspects of the banking system and helps to predict more precisely the future economic benefits of the bank that can be converse to the present value. Moreover, it is easy to solve by the Monte Carlo simulations and the complex, VaR-based risk constraints are reduced to the closed-form, analytical

formulas. Furthermore, it can be used to analyse potential strategic responses of banks to macro-prudential capital buffers, portfolio specific risk weights or liquidity requirements.

References

1. Damodaran, A. Investment Valuation: Tools and Techniques for Determining the Value of Any Asset. New York : John Wiley & Sons, Inc., 2002. 992 p.
2. Horvatova, E. Method of banks valuation. In Economic Analysis. 2009, Vol. 42, No. 1, pp. 50–60.
3. Meron, R. C. Theory of rational option pricing. In Bell Journal of Economics and Management Science. 1973, Vol. 4, No. 1, pp. 141–183.
4. Dermine, J. (2009) Bank Valuation and Value-Based Management. McGraw-Hill, New York.
5. K. Aoki and N. Sudo. Bank's regulation, asset portfolio choice of banks, and macroeconomic dynamics. CARF F-Series CARF-F-323, Center for Advanced Research in Finance, Faculty of Economics, The University of Tokyo, July 2013.
6. J. R. Birge and P. J'udice. Long-term bank balance sheet management: Estimation and simulation of risk-factors. Journal of Banking & Finance, 37(12):4711 – 4720, 2013.
7. G. Consigli and M.A.H. Dempster. Dynamic stochastic programming for asset-liability management. Annals of Operations Research, 81(0):131–162, 1998.

*Олефір Д.О.,
магістрант,
Інститут бізнес-освіти
ДВНЗ «КНЕУ імені Вадима Гетьмана»*

РОЗВИТОК БІОЕНЕРГЕТИКИ ЯК КЛЮЧОВИЙ АСПЕКТ СТВОРЕННЯ КОНКУРЕНТОСПРОМОЖНОГО СЕРЕДОВИЩА НА РИНКУ ВІДНОВЛЮВАНИХ ДЖЕРЕЛ ЕНЕРГІЇ

Відповідно до Національного плану дій з відновлюваної енергетики на період до 2020 року, затвердженого розпорядженням Кабінету Міністрів України № 902-р від 1 жовтня 2014 року, передбачається виробництво з відновлювальних джерел енергії у 2020 році на рівні 26 млрд. кВт*год, що складає близько 11 % очікуваного споживання на рівні 236–240 млрд кВт*год. [1]. Основними та найбільш ефективними напрямками відновлюваної енергетики в Україні є: вітроенергетика, сонячна енергетика, біоенергетика, гідро-енергетика. У вищезазначеному Національному плані дій було запропоновано наступний розподіл генерації між джерелами відновлювальної енергії: ГЕС – 13,34 млрд кВт*год., геотермальна – 120 млн кВт*год.; СЕС – 2,42 млрд кВт*год.; ВЕС – 5,9 млрд кВт*год.; БіоЕС – 4,22 млрд кВт*год. Згідно з Енергетичною стратегією України на період до 2035 р. частку альтернативної енергетики у загальному енергобалансі країни планується довести до 25 % [2].

При обговоренні беззаперечних переваг електростанцій, що працюють на альтернативних джерелах енергії, як правило, акцентується увага на зменшенні залежності від імпортного палива (газу, мазуту, вугілля), на покращенні екологічної ситуації в країні, на отриманні прибутку за рахунок «зеленого» тарифу та швидкій окупності інвестицій. Водночас, значно менше приділяється уваги тому факту, що виробництво електроенергії сонячними та вітровими електростанціями суттєвим чином залежить від погодних умов, зміна яких може призводити до короткотермінових значних коливань генерації цих електростанцій, вносячи небаланси в роботу всієї ОЕС України з одного боку, та змінюючи режими мереж, до яких вони під'єднані – з іншого.

Впровадження електростанцій, які працюють на ВДЕ, із значною встановленою потужністю є доцільним тільки для джерел, які працюють на біомасі або біогазі, і в подальшому будуть працювати прогнозовано відповідно до планового графіку навантаження. На відміну від вітрової та сонячної енергії, біогаз здатний нести базове навантаження, оскільки він виробляється постійно і незалежно від погодних умов, а також застосовується для виробництва електричної та теплової енергії. З огляду на постійне та регульоване постачання енергії, біогаз та біометан також підходять для забезпечення

балансу потужності і компенсації коливань, які привносять виробники електроенергії, що застосовують інші технології виробництва енергії з поновлюваних джерел.

Розвиток біоенергетики у порівнянні з іншими видами альтернативної енергетики має низку беззаперечних переваг, зокрема:

- Виробництво та використання біогазу сприятиме зменшенню залежності від імпортного газу, а також підвищенню надійності постачання енергоресурсів (близько 60% імпортного природного газу можна було б замінити біометаном [3,4]);

- Ефективне використання наявної інфраструктури (газові, теплові та електричні мережі, велика кількість електростанцій і котельних, які в Україні виробляють значну частину електроенергії й тепла). Біогаз може використовуватися теплоелектроцентралями (ТЕЦ) для електро- та теплопостачання, або подаватися в існуючу газотранспортну мережу;

- Зменшення викидів CO₂ за рахунок використання біометану (заміщення викопних енергоносіїв, таких як вугілля, природний газ і нафта, для виробництва електроенергії, як наслідок, зменшення парникових викидів);

- У перспективі – можливість експорту біометану з України до країн Європейського Союзу;

- Зацікавленість іноземних інвесторів в українському енергетичному ринку;

- Поліпшення економіки у регіонах країни за рахунок створення нових робочих місць у різних галузях економіки України (сільське господарство, логістика, інженерні послуги та будівництво споруд), тощо. Попит на сировину і органічні залишки створює нові можливості збуту для сільськогосподарських підприємств, що, в свою чергу, веде до більш надійного планування і створює додаткові джерела прибутку. Власники біогазових установок беруть участь у створенні доданої вартості на регіональному рівні через збут біогазу і його подачу до мереж.

- Створення умов для пришвидшення інтеграції України в Європейське Співтовариство, а також виконання вимог Закону України «Про ринок електричної енергії» щодо забезпечення балансування в ОЕС України [5].

- В той же час, будівництво СЕС та ВЕС із значною встановленою потужністю буде тягнути за собою такі негативні моменти, як:

- виникнення короткотермінових значних небалансів потужності, які необхідно буде компенсувати традиційною енергетикою;

- несення додаткових витрат СЕС та ВЕС на балансуємому ринку в майбутньому, у випадку спричинення небалансів потужності/енергії, що потягне за собою збільшення терміну окупності інвестиційних проектів;

- необхідність будівництва нових ліній електропередачі, або реконструкції існуючих з метою недопущення перевантаження електромереж під час видачі значної потужності від СЕС та ВЕС, що вимагатиме значних капіталовкладень під час реалізації інвестиційних проектів;

- відведення значних площ родючих земель під фотоелементи сонячних електростанцій та вітрові парки ВЕС, вплив на навколишнє середовище внаслідок вібрацій та шуму від ВЕС, складний процес утилізації фотоелементів СЕС.

Список використаних джерел:

1. Розпорядження Кабінету Міністрів України від 1 жовтня 2014 р. № 902-р «Про Національний план дій з відновлюваної енергетики на період до 2020 року». [Електронний ресурс] / Режим доступу: <http://zakon.rada.gov.ua/laws/show/902-2014-%D1%80>;

2. Розпорядження Кабінету Міністрів України від 18 серпня 2017 р. № 605-р «Про схвалення Енергетичної стратегії України на період до 2035 року» [Електронний ресурс] / Режим доступу: <http://zakon.rada.gov.ua/laws/show/605-2017-%D1%80>;

3. Виробництво і використання біогазу в Україні. Рада з питань біогазу з.т. / Biogasrat e.V., 2012 р. [Електронний ресурс] / Режим доступу: <http://www.uabio.org/img/files/news/pdf/biogas-arzinger-handbook.pdf>;

4. Доповідь Голови Держенергоефективності С. Савчука. Інформаційне агентство УНІАН, 2018 р. [Електронний ресурс] / Режим доступу: <https://economics.unian.ua/energetics/10048139-golova-derzhenergoefektivnosti-sergiy-savchuk-pri-vikoristanni-vidhodiv-lishe-silskogo-gospodarstva-mi-mozhemo-zamishchati-9-milyardiv-kubometriv-gazu-na-rik.html>;

*Панченко Д.І.
магістрант,
Інститут бізнес-освіти
ДВНЗ «КНЕУ імені Вадима Гетьмана»,
аспірант Національної академії державного
управління при Президентіві України*

ШЛЯХИ ВДОСКОНАЛЕННЯ СИСТЕМИ ГАРАНТУВАННЯ ВКЛАДІВ В УКРАЇНІ

Правові, фінансові та організаційні засади функціонування системи гарантування вкладів фізичних осіб визначені Законом України «Про систему гарантування вкладів фізичних осіб» [1]. Відповідно до статті 26 зазначеного закону Фонд гарантування вкладів фізичних осіб гарантує кожному вкладнику банку відшкодування коштів за його вкладом. Фонд відшкодовує кошти в розмірі вкладу, включаючи відсотки, станом на день початку процедури виведення Фондом банку з ринку, але не більше суми граничного розміру відшкодування коштів за вкладами, встановленого на цей день, незалежно від кількості вкладів в одному банку. Станом на сьогодні сума граничного розміру відшкодування коштів за вкладами складає 200000 гривень. З моменту прийняття цього закону – з 2012 року – гарантована сума переглядалася у бік збільшення. І наразі актуальним питанням є черговий перегляд граничного розміру відшкодування коштів за вкладами.

Тому, першим кроком у процесі вдосконалення системи гарантування вкладів в Україні має бути збільшення гарантованої суми відшкодування Фонду гарантування вкладів фізичних осіб (попередньо до рівня 300000,00 гривень).

Окрім того, за сучасної нестабільної економічної ситуації в країні, визнання банків банкрутами, їх ліквідація негативно впливають на довір'я з боку населення до банківської і фінансової системи загалом. Так, відповідно до Закону [1], вкладником є фізична особа (у тому числі фізична особа-підприємець), яка уклала або на користь якої укладено договір банківського вкладу (депозиту), банківського рахунку або яка є власником іменного депозитного сертифіката. Тобто система гарантій передбачена цим законом поширюється виключно на фізичних осіб та фізичних осіб-підприємців. А отже, питання захисту прав та інтересів вкладників – юридичних осіб не визначено.

Аналіз чинного законодавства дає підстави стверджувати, що відсутні правові норми, які б передбачали гарантії вкладів юридичних осіб подібних до передбачених для фізичних осіб та фізичних осіб-підприємців. Юридичні особи можуть лише заявити Фонду гарантування вкладів фізичних осіб свої вимоги до банку, який ліквідується і такі вимоги можливо будуть задоволені в порядку визначеної законом черговості. У таких ситуаціях законодавством передбачений певний алгоритм дій.

Процедура ліквідації банку передбачена Розділом VIII Закону [1]. Так, відповідно до цього закону Фонд гарантування вкладів фізичних осіб розпочинає процедуру ліквідації банку після прийняття рішення Національного банку України про відкликання банківської ліцензії та ліквідацію банку. Фонд розміщує інформацію про це на своїй офіційній сторінці в мережі Інтернет та здійснює опублікування такої інформації в газеті «Урядовий кур'єр» або «Голос України» не пізніше ніж через 7 днів з дня початку процедури ліквідації банку. І тут законодавець надає право протягом 30 днів з дня опублікування такої інформації кредиторам (зокрема, і вкладникам – юридичним особам) заявити Фонду про свої вимоги до банку. Після закінчення цього терміну будь-які вимоги, що надходять вважаються погашеними. Тому для юридичних осіб важливим буде слідкувати за такою інформацією, щоб хоча б мати можливість скористатися правом повернути свої вклади.

По закінченню строку пред'явлення вимог Фонд протягом 90 днів здійснює низку заходів, зокрема, визначає суму заборгованості кожного кредитора, відносить вимоги до певної черги погашення та складає реєстр акцептованих вимог кредиторів, відповідно до статті 49 закону. Інші

вимоги не підлягають задоволенню в ліквідаційній процедурі і вважаються погашеними. Тому вкладникам – юридичним особам необхідно слідкувати за оприлюдненням інформації про затвердження такого реєстру, яка розміщується протягом 20 днів з дня його затвердження на офіційному сайті Фонду, неплатоспроможного банку, а також у приміщеннях такого банку в доступному для відвідувачів місці, оскільки закон передбачає можливість вирішення спорів щодо акцептування вимог кредиторів у судовому порядку. Тобто, якщо вкладник – юридична особа не згодна зі змістом реєстру акцептованих вимог кредиторів, вона може захистити свої права шляхом звернення до суду.

Щодо черговості задоволення вимог вкладників – юридичних осіб, то відповідно до статті 52 закону вони віднесені до сьомої черги (всього 10 черг). Вимоги кожної наступної черги задовольняються в міру надходження коштів від продажу майна (активів) банку після повного задоволення вимог попередньої черги. У разі якщо обсяг коштів, одержаних від продажу майна (активів), недостатній для повного задоволення всіх вимог однієї черги, вимоги задовольняються пропорційно до суми вимог, що належать кожному кредитору однієї черги. У разі відмови кредитора від задоволення визнаної в установленому порядку вимоги Фонд не враховує суму грошових вимог цього кредитора. А вимоги до банку, незадоволені за недостатністю його майна, вважаються погашеними.

Вимоги вкладників – юридичних осіб задовольняються за рахунок коштів, одержаних в результаті ліквідації та реалізації майна банку, тоді як вклади фізичних осіб та фізичних осіб підприємців в межах системи гарантування забезпечуються за рахунок Фонду.

Отже, наступним важливим кроком в процесі вдосконалення системи гарантування вкладів в Україні є забезпечення державою існування і належне функціонування системи гарантій вкладів осіб: фізичних, юридичних та фізичних осіб-підприємців.

Список використаних джерел:

1. Про систему гарантування вкладів фізичних осіб [Електронний ресурс]: Закон України від 23 лютого 2012 р., № 4452-17 / Законодавство України: сайт. – Електрон. дані і прогр. – Режим доступу: <http://zakon.rada.gov.ua/laws/show/4452-17>.

*Пивоварова Н.В.,
магістрант,
Інститут бізнес-освіти
ДВНЗ «КНЕУ імені Вадима Гетьмана»*

ОСОБЛИВОСТІ ВИКОРИСТАННЯ ІНСТРУМЕНТІВ ІНТЕРНЕТ-МАРКЕТИНГУ У СФЕРІ НАДАННЯ РОЗВАЖАЛЬНИХ ПОСЛУГ

Розробка ефективної стратегії та вибір дієвих засобів просування товарів і послуг відіграють важливу роль у процесі діяльності будь-якого підприємства на ринку. При цьому розвиток маркетингових комунікацій і мінливість середовища, в якому функціонують сучасні економічні організації, обумовлюють неоднозначність вибору цих засобів залежно від ситуації на ринку. У сучасних умовах інформатизації суспільства, підвищення інтернет-активності населення усе більш актуальним стають питання пошуку та використання засобів інтернет-маркетингу під час просування товарів і послуг.

Прийняття рішень щодо комплексу інтернет-маркетингу, вибору та використання його інструментів у межах формування маркетингових стратегій успішного бізнесу в мережі Інтернет, тенденції розвитку інтернет-маркетингу досліджено іноземними й вітчизняними науковцями: Ф. Котлером, Р. Уілсоном, Д. Філіпсом, У. Хенсоном, М. В. Макаровою, І.В. Бойчуком, І.Л. Литовченком та багатьма іншими. Однак недостатньо уваги приділено вивченню особливостей і перспектив використання засобів інтернет-маркетингу під час просування продуктів підприємствами із надання розважальних послуг. З огляду на те, що цільовою аудиторією для більшості таких організацій є молодь, проведення дослідження у цьому напрямі є актуальним.

Стосовно позитивних тенденцій розвитку світового та вітчизняного ринку онлайн-реклами, за даними дослідження ZenithOptimedia / МВФ, частка інтернет-реклами в глобальних рекламних витратах досягне 40 % у 2018 р. і 44% у 2020 р. [1]. За даними Всеукраїнської рекламної асоціації (ВРК), прогнозний обсяг інтернет-реклами у 2018 р. складе 9,5 млрд грн та за обсягом бюджету вона займе перше місце на рекламному ринку України. Для порівняння: у 2014 р. бюджет інтернет-реклами склав 2,1 млрд грн, зайнявши друге місце в Україні [2].

За даними сайту Admixer, за результатами першого півріччя 2018 р. бюджет медійної інтернет-реклами у сфері розваг склав 6,1 % від загального показника по Україні, при цьому маючи найвищий відсоток росту (105 %) по відношенню до показника 2017 р. порівняно з іншими видами економічної діяльності. Що стосується типів інтернет-реклами, то у сфері розваг перевага надається банерній рекламі (60 %), на другому місці – відеореклама (30 %), інші види реклами становлять 8 % [3].

Проаналізуємо особливості використання основних інструментів інтернет-маркетингу вітчизняними кінотеатрами. Насамперед, вся публічна інформація мереж сьогодні акумулюється на їх корпоративних інтернет-сайтах. Тут можна знайти анонс кінопрем'єр, вартість квитків, розклад сеансів та контактну інформацію як великих мереж кінотеатрів («Multiplex», «Планета Кіно»), так і окремих кінотеатрів («Жовтень», «Україна», інші). До речі, сайт мережі кінотеатрів «Планета Кіно» у 2017 р. зайняв 7-ме місце рейтингу топ-10 сайтів України за обсягом онлайн-продажів [4].

Чи не найбільш інноваційні інструменти прямого маркетингу – мобільні додатки для смартфонів та планшетів – використовують усі великі мережі кінотеатрів. Так, за даними мережі «Multiplex», впровадження мобільного додатку з можливістю покупки білетів онлайн за перші 6 місяців 2017 р. роботи продано 100 тис. квитків та зекономлено 860 км. квиткової стрічки [5].

Мережа кінотеатрів «Планета кіно» як найбільш ефективний інструмент інтернет-маркетингу використовує SMM (Social Media Marketing). За статистичними даними, 30% публікацій в соціальних мережах провокують підписників на покупку. Не останню роль при цьому відіграє наповнення сторінок в соціальних мережах контентом, цікавим для цільової аудиторії. Мережа «Multiplex» проводить інтернет-рекламу з використанням таргетингу в соціальних мережах та Google AdWords.

Однією з останніх інновацій серед інструментів інтернет-маркетингу є чат-боти. Мережа кінотеатрів «Оскар» має бот-касірів в месенджерах Viber та Telegram, які дозволяють дивитись розклад сеансів, інформацію про фільми та купувати білети online. Мережа кінотеатрів «Multiplex» на даний момент впровадила чат-бота в соціальній мережі Facebook, який є помічником-консультантом з вибору фільму, кінотеатру та сеансу. Чат-бот мережі «Планета Кіно» перебуває на стадії розробки.

Все більш популярними останнім часом стають інструменти прямого маркетингу, що дозволяють мережам кінотеатрів підтримувати персональний зв'язок з кожним споживачем. Так, на сайтах мереж, як правило, подано номери «гарячої» телефонної лінії та контакти для зворотного зв'язку. Мережі «Multiplex», «Планета Кіно» пропонують клієнтам через особистий кабінет підписатися на сайті на e-mail або SMS-розсилку та навіть обрати окремі цікаві для адресата жанри. Наприклад, мережа «Планета Кіно» завдяки «Клубу «Планета Кіно» має базу даних близько 1 млн контактів (активних з них 600 тис.), які за допомогою аналітичних даних CRM-системи використовуються для пропонування споживачам скористатися новими видами послуг: IMAX або Cinetech+, придбати квитки онлайн тощо □6□.

Отже, аналіз інновацій в сфері інтернет-маркетингу та пошук відповідних креативних інструментів є необхідною складовою успішного просування продукту підприємствами із надання розважальних послуг. Сучасні інформаційні технології надають можливість аналізу результативності використання окремих інструментів інтернет-маркетингу, що дозволяє кожній окремій мережі кінотеатрів розробити ефективну стратегію інтернет-реклами.

Список використаних джерел:

1. Мировой рекламный рынок вырастет на 4,4% в этом году. – [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://mmr.ua/show/mirovoj-reklamnyj-rynok-vyrastet-na-44-v-etom-godu/43784>
2. Уточненный прогноз объемов рекламно – коммуникационного рынка Украины 2018 – [Електронний ресурс] – Режим доступу: http://mmr.ua/show/utochnnennyyu_prognoz_obiemov_reklamno-kommunikatsionnogo_rynka_ukrainy_2018#847370983.1538052670

3. Медийная реклама в интернете: итоги первого полугодия 2018 года – [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <https://blog.admixer.ua/analytics/media-advertising-hy2018/>

4. «Планета кино» попала в топ-10 сайтов по онлайн-продажам [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <https://delo.ua/business/planeta-kino-popala-v-top-10-sajtov-po-onlajn-prodazham-333826/>

5. В кино без очередей: как собственное мобильное приложение помогает сети Multiplex завоевывать зрителей. [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <https://ain.ua/2017/10/10/v-kino-bez-ocheredej-kak-sobstvennoe-mobilnoe-prilozhenie-pomogaet-seti-multiplex-zavoevyvat-zritelej>

6. «Планета Кіно»: як побудувати найбільш прогресивну мережу кінотеатрів в Україні [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <https://rau.ua/uk/dosvid/planeta-kino-set-kinoteatrov/>

Романенко О. О.
магістрант,
факультет економіки та управління,
ДВНЗ «КНЕУ імені Вадима Гетьмана»

МОДЕЛІ ВАРТІСНОГО ОЦІНЮВАННЯ КАПІТАЛУ ПІДПРИЄМСТВА

Value-Based Management (VBM) – це концепція управління, в основі якої лежить розуміння того, що головною метою будь-якої фінансової організації – є зростання її вартості, яка визначається майбутніми дисконтованими грошовими потоками/потоками доданої вартості, а нова вартість формується лише тоді, коли компанія отримує таку віддачу від інвестованого капіталу, яка перевищує витрати на залучення капіталу.

У зв'язку з цим необхідно оцінити віддачу від інвестованого в компанію капіталу. Тому, можемо сформулювати перелік основних чинників, які впливають на вартість компанії та обов'язково мають враховуватися у системі вартісного менеджменту капіталу: витрати на власний та позиковий капітал і доходи, які генеруються наявними активами. При цьому, залежно від наявності об'єктивної вихідної інформації у аналітика, та цілей його дослідження може використовуватися дохід у різних формах: операційний прибуток, маржинальний дохід, грошовий потік, тощо. На сьогоднішній день найпоширенішими різновидами VBM-концепції є:

– SVA (Shareholder Value Added або модель акціонерної доданої вартості) – дозволяє логічно пов'язати між собою фундаментальну вартість компанії з її ринковою вартістю. Нарощування акціонерного капіталу в цьому випадку оцінюється як різниця між його вартістю та поточною ринковою ціною акцій;

– EVA (Economic Value Added або модель економічної доданої вартості) – розраховується на основні прибутку від операційної діяльності після сплати податків, але до виплати відсоткових платежів;

– CVA (Cash Value Added або модель доданої вартості потоку грошових коштів) – альтернатива моделі EVA, однак основною відмінністю є те, що компанія окрім витрат на капітал має покрити ще й операційні витрати.

– MVA (Market Value Added або модель управління ринковою доданою вартістю) – орієнтована на дооцінку балансової вартості компанії до її ринкової вартості.

– EBM (Expectations-Based Management або менеджмент на основі очікувань) орієнтована на дохідність акціонерного капіталу, EBM-підхід пов'язує курс акцій з ефективністю діяльності компанії.

До менш поширених концепцій можемо віднести : RCF (Residual Cash Flow або модель управління грошовою доданою вартістю), CFA (Cash Flow Added або доданий грошовий потік), EBO (Модель Едварда-Белла-Ольсона) та багато інших. При цьому, неможливо однозначно відповісти на питання яка модель більш зручна в застосуванні чи дає результат з найменшою похибкою, тому аналітичне моделювання вартісного зростання капіталу компанії передбачає обґрунтування вибору базової VBM-моделі відповідно до пріоритетності критеріїв, що закладаються в основу такого вибору користувачем залежно від потреб бізнес-аналітики.

Список використаних джерел:

1. Волков Д.Л. Управление ценностью: показатели и модели оценки / Д.Л. Волков // Российский журнал менеджмента. – 2005. – Том 3. – № 4. – С. 67-76.
2. Черникова Л.И. Финансовые трансформации в экономических системах : методы измерения и адаптивные инструменты / Л.И. Черникова // Российский Государственный Университет Туризма и Сервиса. – 2013. – 317 с.
3. Шевчук Н.В. Сучасні моделі оцінювання доданої вартості підприємства / Н.В. Шевчук // Стратегія економічного розвитку України. – 2014. – № 35. – с. 270 – 277.
4. Шевчук Н.В. Аналітичне моделювання вартісного зростання компанії / Н.В. Шевчук // Стратегія економічного розвитку України. – 2016. – № 38. – с. 200– 208.

Рудь В.М.
магістрант,
ДВНЗ «КНЕУ імені Вадима Гетьмана»

ТЕНДЕНЦІЇ РОЗВИТКУ СУЧАСНОГО БІЗНЕС-ПРОСТОРУ

Один з найбільш популяризованих напрямків економічних досліджень пов'язаний з тематикою, яка описується термінами «нова економіка», економіка знань», «постіндустріальна економіка», інш. Усвідомлення змін, що відбувається у сучасному бізнес-просторі стає необхідною передумовою формулювання стратегічних задач та пошуку їх ефективного рішення. А осмисленню таких змін присвячено чимало книг [1 – 5], узагальнення змісту яких дозволило виділити найбільш значущі тренди сучасного бізнес-середовища.

1. *Базовим стратегічним активом*, що забезпечує успішність розвитку бізнесу є персонал. У своїй еволюції стратегічні активи пройшли шлях «природні ресурси → технології → фінансові активи → інтелектуальні активи». При цьому, у структурі інтелектуальних активів пріоритетного значення набувають не об'єктивовані, а інкорпоровані елементи, тобто розумові здібності ключових співробітників компанії. Так, за словами Л. Греттона, люди – це найважливіший стратегічний актив, який принципово відрізняється від об'єктивованих форм капіталу. І відмінності полягають в усвідомленні часу, пошуку змісту та духовності, що є притаманним тільки людині. Єдиним двигуном розвитку людини є внутрішня мотивація, а контроль та зовнішнє стимулювання гальмують особистісне зростання та креативність. Специфічним явищем нової економіки на відміну від індустріальної стає те, ефективність бізнесу має нову змістовну природу. На відміну від тотального контролю менеджменту вона визначається поєднанням творчості і свободи, основою яких є внутрішня мотивація.

2. *Формування технологічних платформ* та організація взаємодії вільних бізнес-агентів на цих платформах. За своїм внутрішнім устроєм бізнес стає схожим на міста, ніж на організоване утворення чемних співробітників. Тобто, бізнес-структура сприймається як жива система. У такій ситуації дослідники наголошують на необхідності формування інтелектуальної платформи, яка забезпечуватиме ефективність проєктивних розумових процесів. Зміст інтелектуальної платформи йде у розріз розуміння корпорації у індустріальній економіці. Він є ближчим до розуміння некомерційної організації або партнерства, хоча ці обидва терміни у повній мірі не розкривають усіх можливостей інтелектуальної платформи.

3. *Складність, швидкість, пов'язаність* стають визначальними характеристиками бізнес-простору. Не тільки людина, а і бізнес відчуває зростання швидкості змін, яка (швидкість, авт.) визначається кількістю значущих подій в одиницю часу, що потребують адекватної реакції у вигляді ефективних рішень та конкретних дій. Бізнес є вбудованим одночасно у різні події, що протікають у різних сферах діяльності та точках світу. Зростає рівень пов'язаності, що зумовлено розвитком інформаційних технологій та процесами глобалізації. Все це створює передумови для суб'єктивного сприйняття наростаючого рівня складності, що зумовлює адекватні зміни у розумових моделях сприйняття реальності.

4. *Геотрансформація*, яка пов'язана з пошуком нових форм організації життя. Дані процеси зумовлені загостренням геополітичної напруги та глибокою соціальною кризою світового масштабу.

Збереження життєздатності у новому світі стає притаманним країнам, містам, компаніям, індивідам та відбувається як у реальному так і віртуальному світах.

5. *Трансформація менеджменту* проходить шлях від операційних інновацій, через стратегічні до управлінських. Основну задачу нового менеджменту гуру теорії стратегії вбачають у створенні та підтримці «простору для розвитку людей». У нових умовах життєдіяльності потрібно управляти потоками знань та орієнтуватися на нарощення організаційної зрілості. Для цього менеджменту недостатньо бути професійним, грамотним, ефективним. Сучасний менеджмент має бути мудрим.

Список використаних джерел:

1. Баркер Д. Парадигмы мышления. Как увидеть новое и преуспеть в меняющемся мире / Д. Баркер – М.: Альпина Паблшер, 2007. – 192 с.
2. Блэк Дж.С. Эффект домино. Перемены в организации начинаются с ее сотрудников / Дж. С. Блэк, Х.Б. Греггерсен – М.: Юрайт, 2009. – 256 с.
3. Грэттон Л. Живая стратегия. Как поместить людей в центр решения корпоративных задач / Л. Грэттон – Днепропетровск: Баланс-Клуб, 2003. – 288 с.
4. Зук К. Стратегии роста компании в эпоху нестабильности / К. Зук, Дж. Аллен – М.: Вильямс, 2007. – 192 с.
5. Константинов Г. Н. Стратегическое мышление / Г. Н. Константинов – М.: Синтегра СМ, 2015. – 189 с.

*Сапронова О.К.
магістрант,
Інститут бізнес-освіти
ДВНЗ «КНЕУ імені Вадима Гетьмана»*

МЕТОДИЧНІ ПІДХОДИ ОЦІНКИ ЕФЕКТИВНОСТІ ВИКОРИСТАННЯ ОБОРОТНОГО КАПІТАЛУ

В умовах посилення структурних зрушень в економіці України особливого значення набуває необхідність використання раціонального і зваженого підходу до формування кожним підприємством політики управління оборотними активами та створення таких механізмів управління оборотними активами підприємств, які б відповідали ринковим умовам господарювання та забезпечували достатній рівень платоспроможності, ліквідності та прибутковості.

Оборотний капітал — це "кровоносна система" будь-якого підприємства.

Фінансовий стан підприємства залежить від того, наскільки швидко кошти, вкладені в активи, перетворюються на реальні гроші. Прискорення обертання оборотних коштів має велике значення для забезпечення стабільності фінансового стану підприємства.

Управління оборотним капіталом (Short-Term Financial Management) – управління оборотними активами та поточними зобов'язаннями. Метою побудови ефективної системи управління оборотним капіталом є досягнення балансу між прибутковістю та ризикованістю бізнесу. Прибутковість відображає взаємозв'язок між доходами та видатками. Ризик характеризує ймовірність того, що компанія не зможе виконати своїх поточних зобов'язань.

У сучасній науковій літературі існує досить багато підходів до оцінки ефективності використання оборотного капіталу (ЕВОК): факторний, коефіцієнтний, кореляційно-регресійний тощо. Проаналізуємо факторний аналіз, адже він дає змогу ідентифікувати фактори, за рахунок яких відбуваються зміни показника рентабельності оборотного капіталу, що поліпшує процес вибору господарських рішень та дозволяє за рахунок внутрішніх резервів підвищити ЕВОК.

Найбільш відомою факторною моделлю для оцінки рентабельності оборотних коштів є двохфакторна модель Du Pont, яка описується за допомогою формули (1) [2, 71]. Однак ця модель була розроблена у першій половині ХХ ст. для аналізу оборотних коштів суб'єктів господарювання США, тому буде доцільно розглянути розробки вчених країн СНД, наприклад В.Г. Когденко, яка є дещо видозміненим варіантом моделі Du Pont і описується за допомогою формули (2).

Рентабельність оборот. коштів = Прибуток / Виручка × Виручка / Оборотні кошти (1)

Рентабельність оборот. капіталу = Оборотні кошти / Оборотний капітал / Оборотні кошти × Прибуток / Виручка (2)

Із наведених даних видно, що рентабельність оборотного капіталу (return on working capital – ROWC) визначається за допомогою трьох факторів:

1) мультиплікатора оборотного капіталу як відношення оборотних коштів до оборотного капіталу; зростання цього фактора забезпечується збільшенням кредиторської заборгованості як джерела фінансування оборотних коштів;

2) коефіцієнта оборотності оборотних коштів, який характеризує ділову активність підприємства тобто розмір обсягу виручки від реалізації в розрахунку на одну гривню оборотних коштів;

3) рентабельності продажів, яка відображає рівень конкурентоспроможності продукції [1, с. 98].

На основі фінансової звітності здійснюється оцінка ефективності використання оборотних коштів за допомогою системи показників:

— коефіцієнт обертання оборотних коштів — визначається як відношення обсягу реалізації продукції до середньорічної суми оборотних активів;

— тривалість обертання оборотних коштів (дні) — відношення тривалості планового періоду (360 днів) до коефіцієнта обертання;

— коефіцієнт завантаження оборотних коштів — показник, обернений до коефіцієнта обертання;

— рентабельність оборотних коштів (%) — визначається як відношення прибутку від звичайної діяльності до оборотних активів;

— абсолютне вивільнення оборотних коштів;

— відносне вивільнення оборотних коштів.

Отже, можемо зробити висновок, що шляхи покращення обсягу та структури оборотних активів полягають у забезпеченні безперебійності виробничого процесу, прискоренні обертання оборотних засобів, забезпеченні ліквідності та платоспроможності, підвищення рентабельності оборотних активів, мінімізації ризиків і втрат у процесі їх формування і використання.

Список використаних джерел:

1. Когденко В.Г. Экономический анализ : [учебное пособие] / В.Г. Когденко. – М. : Юнити-Дана, 2012. – 301 с.

2. Искра В.В. Оценка эффективности использования оборотных средств с помощью двухфакторной модели Du Pont / В.В. Искра // Украина-Болгария-Европейский Союз : современное состояние и перспективы : сборник материалов II международной научной конференции. Т. 1. – Херсон : Наука и экономика, 2015. – С. 104–109.

3. Швидка О.П. Роль оборотного капіталу в забезпеченні прибутковості підприємства / О. П. Швидка // Вісник Криворізького економічного інституту КНУ. – 2013. – № 2. – С. 39-43. – Режим доступу: http://nbuv.gov.ua/UJRN/Vkei_2013_2_9

ФАКТОРНИЙ АНАЛІЗ ФОРМУВАННЯ ПРИБУТКУ ВИРОБНИЧОГО ПІДПРИЄМСТВА

Прибуток є основним показником ефективності діяльності підприємства, метою, результатом, стимулом, чинником економічної безпеки. Всі процеси та явища господарської діяльності є взаємозв'язаними, взаємозалежними та взаємообумовленими. Під факторним аналізом розуміють методику комплексного та системного вивчення та вимірювання впливу факторів на величину результативних показників [3, с.100].

На формування абсолютної суми прибутку підприємств впливають: ефективність їх фінансово-господарської діяльності; сфера діяльності; галузь економіки; установлені законодавством умови обліку фінансових результатів.

З точки зору автора, факторний аналіз операційного прибутку слід проводити у двох площинах: 1) зовнішнє середовище, під впливом якого факторні показники можуть істотно змінювати значення результативного показника; 2) внутрішнє середовище впливу на прибуток, яка прогнозує очікувані результати діяльності, створює певні індикатори майбутнього економічного стану підприємства.

При аналізі показників прибутку виділяються такі етапи: 1) надається оцінка динаміки прибутку в цілому та в розрізі окремих видів діяльності (операційна, інвестиційна, фінансова), визначається прибутковість окремих структурних підрозділів; 2) виконується факторний аналіз формування прибутку за видами діяльності: факторний аналіз прибутку від операційної діяльності; факторний аналіз прибутку від реалізації продукції (робіт, послуг); надається оцінка внутрішніх і зовнішніх резервів.

Проаналізувавши динаміку прибутку досліджуваного підприємства встановлено, що відбулося зростання валового прибутку у порівнянні з попереднім роком на 47,8%, а чистий прибуток зріс на 56,6%. В той час як чистий дохід збільшився на 40,3%, тобто темп приросту витрат на виробництво реалізованої продукції є нижчим за темп приросту доходу підприємства.

Після оцінки динаміки прибутку від операційної діяльності доцільно провести аналіз його структури. Але перед цим аналізується структура доходів і витрат, понесених для отримання цих доходів.

Аналіз даних про доходи підприємства у 2017 році свідчить про їх позитивну динаміку у порівнянні із попереднім роком. Найбільшу питому вагу в структурі доходів від операційної діяльності займає дохід від реалізації продукції (майже 97% у 2016 році, та 99,5% – за 2017 рік).

Виходячи із розрахунків, на підприємстві відбулося зростання витрат операційної діяльності та деякі зміни в структурі. Зокрема, частка собівартості реалізованої продукції зросла на 2,8% в структурі (склала 83,6%) та зниження частки інших операційних витрат. Структура витрат відповідає структурі доходів.

Найбільшу питому вагу у структурі операційних витрат займають матеріальні витрати (77,0-77,9 %), що свідчить про високу матеріаломісткість операційної діяльності.

Отже, основне джерело одержання прибутку досліджуваного підприємства – операційна діяльність. Прибуток від операційної діяльності в аналізованому періоді зріс на 49,6%, що свідчить про підвищення ефективності управління господарською діяльністю підприємства загалом.

Факторний аналіз операційного прибутку здійснено на основі методу ланцюгових підстановок. Визначено вплив на операційний прибуток зміни обсягу реалізації, зміни структури реалізації, зміни відпускних цін реалізації продукції, зміни цін на сировину, матеріали, інші ресурси.

Зміни обсягу виробництва, залишків нереалізованої продукції впливають не тільки на обсяг реалізації продукції, а й на собівартість, оскільки змінюються умовно-постійні витрати (за зміни обсягу виробництва продукції); витрати на зберігання продукції, інші витрати (за зміни залишків нереалізованої продукції). Спроможність підприємств впливати на обсяг прибутку від реалізації,

змінюючи обсяги виробництва продукції, залишки нереалізованої продукції, її рентабельність, є досить суттєвою [5, с. 27].

Максимальний вплив на зміну (зростання) валового прибутку спричинила зміна обсягу реалізації з 2016 року по 2017 рік та принесла підприємству додаткові 135,5 млн.грн. валового прибутку.

За рахунок зростання відпускних цін на реалізовану продукцію валовий прибуток зріс у 2017 році, порівняно з базовим 2016 на 38,0 млн.грн. Єдиний фактор, який вплинув на валовий прибуток негативно – зростання собівартості продукції. Але вплив цього фактору був нижчий, ніж позитивний вплив всіх інших. Вся продукція має приблизно однаковий рівень рентабельності та без різких змін структури. Тому, зміна структури суттєво не вплинула на зміну валового прибутку.

Таким чином, якість прибутку від основної діяльності можна оцінити як високу так як його збільшення зумовлене зростанням обсягу продажів, та суттєво повільнішим зростанням собівартості продукції у порівнянні з ростом доходів. З'ясовано резерви зростання прибутку.

Список використаної літератури:

1. Ганжа Ю.В. Міжнародна практика факторного аналізу прибутку підприємства / Ю.В. Ганжа // Економіка та держава. – 2007. – № 4. – С. 35-36.
2. Економічний аналіз: Навчальний посібник для студентів вищих навчальних закладів. За ред. проф. Ф.Ф. Бутинця – Житомир: ПП “Рута”, 2003. – 680 с.
3. Методичні рекомендації оцінки впливу змін економічних факторів на результативні показники прибутку / Григор Н.М., Крехівський О.В., Ніколаєнко Н.Л., Байдаченко Т.Г., Тарасова А.І., Чернопащенко М.С. – К.: ДП ДІКТЕД, 2007. – 140 с.

*Смирнов Є. Є.
аспірант кафедри економіки
та підприємництва,
ДВНЗ «КНЕУ імені Вадима Гетьмана»*

НАУКОВА ПРОБЛЕМАТИКА ВИЗНАЧЕННЯ КОРПОРАТИВНОГО ЗРОСТАННЯ БІЗНЕСУ

Проблематика корпоративного зростання бізнесу є досить новим напрямком наукових досліджень, активізація якого припадає на кінець 90-х років ХХ ст. початок 2000-х років ХІХ ст. Найбільш вагомими результатами досліджень корпоративного зростання є наукові праці С. Гошала та К. Барлетта, М. Хана та П. Моргана, М. Мейера, Дж. Каналса, М. Гулда та А. Кемпбелла, Т. Клементсона, Г. Купера, І. Максвелла, М. Кудіної та С. Кузьміна, Н. Шевчук, інш. Незважаючи на досить багатоаспектний погляд на проблематику корпоративного зростання однозначність інтерпретації змісту даної категорії у наукових публікаціях є відсутньою.

Визначення корпоративного зростання є складним завданням, так як «зростання» – є категорією багатомірною. У сучасних наукових публікаціях термін «економічне зростання» вперше інтерпретується у науковій праці Й. Шумпетера «Теорія економічного розвитку» і визначається виключно кількісними змінами параметрів системи. У науковій літературі на стратегічну тематику корпоративне зростання обговорюється як наслідок реалізації тієї чи іншої стратегії, а не як самостійна цінність, що забезпечує бізнес-структурі свої специфічні переваги [1, с. 13-15]. При цьому у дослідженнях А. Чандлер [2] та Дж. Каналса [3]) зроблена спроба виявити загальні закономірності корпоративного зростання. Своєї змістовності теорія корпоративного зростання набула в межах ресурсної концепції теорії стратегічного менеджменту, у якій зростання підприємства як феномен є наслідком двох різних способів використання ресурсів. Перший спосіб – це пошук нових шляхів використання існуючих ресурсів, або використання нових типів ресурсів. Для цього необхідно все більше й більше накопичувати знання про ресурси та можливості їх потенційного використання на основі досліджень або проактивного пошуку. Даний тип зростання в літературі з підприємництва відноситься до органічного зростання. Другий шлях зростання, зовнішній, це – зростання через поглинання.

У сучасних наукових публікаціях експерти наголошують на тому, що корпоративне зростання не має універсальних ознак і критеріїв ідентифікації, а А. Кауд підкреслює: «теоретична база щодо

розуміння зростання фірми вельми обмежена, навіть оманлива. Єдиним вірним кроком нам бачиться шлях емпіричного аналізу. Ми б порекомендували використовувати методологію Г. Саймона, відповідно до якої фактичні дані спочатку піддаються практичній перевірці, а вже потім узагальнюються в теоріях, які й верифікують гіпотези, що виникають» [4, с. 59]. Це наводить на думку, що емпіричні спостереження не завжди виправдовують очікування побудови на їх основі загальних, генералізованих моделей зростання, так як зростання кожної конкретної фірми є індивідуалізованим і протікає з великою ймовірністю невизначеності.

Досить вагомими є наукові узагальнення С. Кузьміна, який запропонував парадигмальний підхід до дослідження корпоративного зростання, що дозволяє поєднати значну кількість типологій концепцій зростання і виділити загальні базисні та методологічні основи, які розділяють усі теорії [5].

Узагальнення наукового доробку щодо досліджень корпоративного зростання дозволяє дійти висновку щодо доцільності його подальшого вивчення у двох аспектах – процесному та результатному. У змістовних межах процесного підходу корпоративне зростання представляє собою сукупність процесів формування та накопичення ресурсів підприємства, який характеризується їх кількісним збільшенням, постійним удосконаленням їх якісного рівня та пошуком таких способів їх комбінації, що забезпечує досягнення бажаних та очікуваних економічних результатів діяльності підприємства. Щодо результатного підходу, корпоративне зростання варто розглядати як кількісне та якісне збільшення сукупних економічних результатів, які є наслідками ефективності прийняття та реалізації управлінських рішень.

Список використаних джерел:

1. Томпсон А.А. Стратегический менеджмент / А.А.Томпсон, А. Дж. Стрикленд. – М.: Банки и биржи, ЮНИТИ, 1998. – 576 с.
2. Chandler A. Strategy and structure / A. Chandler. – Cambridge: Mass. 1962. – 244 p.
3. Canals J. Competitive strategies in European banking / J. Canals. – Oxford: 1983. – 178 p.
4. Coad A. Firm growth: A survey. / A. Coad. – Jena: Papers on economics and evolution, 2007. – 72 p.
5. Кузьмин С. С. Корпоративный рост: модели и методы : монография / С. С. Кузьмин. – М.: ООО «Научно-издательский центр ИНФРА-М», 2018. – 184 с.

*Твердохлібова О.В.,
магістрант,
Інститут бізнес-освіти
ДВНЗ «КНЕУ імені Вадима Гетьмана»*

СОЦІАЛЬНА ВІДПОВІДАЛЬНІСТЬ БІЗНЕСУ В СФЕРІ ДИЗАЙНУ ТА АРХІТЕКТУРИ

Дана робота присвячена вивченню причин усвідомленого прагнення українських компаній в сфері дизайну та архітектури стати частиною політики м'якої сили, спрямованої на популяризацію української культури та цінностей, формування поняття «український дизайн» і позитивного сприйняття вітчизняного продукту за кордоном. А також вплив цього прагнення на добровільну імплементацію корпоративної соціальної відповідальності в роботу компаній. Виявлення умов що мотивують архітектурні та дизайнерські студії України до виконання соціальних зобов'язань. У 2017 році було проведено аналітичне дослідження ринку предметного дизайну в Україні за підтримки Європейського банку реконструкції та розвитку у рамках ініціативи EU4Business. В опитуванні взяли участь представники малого та середнього бізнесу у відповідному сегменті: 60 дизайн-агенцій та незалежних дизайнерів і 56 виробничих компанії з різних сфер та регіонів України. Ключовими висновками дослідження стало те, що сфера предметного дизайну в Україні перебуває в зародковому стані через наявність наступних причин: слабка виробнича база; відсутність фінансування для підтримки дизайнерів та дизайн-проектів; активний імпорт предметів інтер'єру як в низькому, так і високому ціновому сегменті; слабкий рівень довіри до національного виробника; низька купівельна спроможність населення.

Проте виявлені явні ознаки активізації ринку дизайну в Україні : формування екосистеми; поява ланцюгів вартості; історії успіху в бізнесі; участь та перемога гравців ринку в закордонних профільних заходах та конкурсах. [1]

При повній відсутності фінансування і підтримки з боку держави, провідні дизайнери та архітектори України більш чітко заявляють про свою творчість через міжнародні дизайн проекти та участь своїх предметних колекцій в провідних світових профільних виставках. Наприклад, колекція FAINA українського дизайнера та архітектора Вікторії Якуша побувала за 2018 рік на 4 міжнародних виставках: у Стокгольмі, Мілані, Парижі та Лондоні. Отримала визнання і позитивні відгуки авторитетних профільних видань і критиків. Аналізуючи результат участі, крім популяризації бренду, можна відзначити добровільне впровадження корпоративної соціальної відповідальності в роботу компанії, завдяки посиленню вимогам з боку закордонних споживачів. Компанія Yakusha Design підвищила якість продукції та послуг; посилила відповідальність перед споживачами за якість продукції; запровадила чесні та прозорі відносини з партнерами, та приділяє увагу до виконання своїх зобов'язань; турбується про прозоре та етичне ведення бізнесу відповідно до законодавства, та повну сплату податків. Крім того, компанія турбується про розвиток та реалізацію власного потенціалу. Все це гарантує внесок компанії в соціальний і економічний розвиток країни.

Другий приклад усвідомленого прагнення архітектурної української компаній до популяризації дизайну – соціальний проект Валерія Кузнецова – інноваційний пізнавально-ігровий модуль CUBA BUBA, розроблений для відділення реабілітації неврологічних хворих і дітей з порушеннями функцій опорно-рухового апарату при Дитячій міській клінічній лікарні №5 міста Дніпра. Модуль запрошує малюків у виконанні з екологічних матеріалів стерильний простір з дев'ятьма тисячами шістьмастами отворами, які можна вільно заповнювати кольоровими канатами. CUBA BUBA збагачує лікарняне середовище елементами актуальної архітектури, доставляючи радість маленьким пацієнтам, мотивуючи до творчості та активної гри, тактильним експериментам: дрібна, середня і велика моторика через вплив на різні групи м'язів, комунікабельність через спілкування з однолітками, батьками, кольоротерапії – через вибір кольору, композиції. Психологічне розвантаження і фізична активність – це далеко не все, на що здатний соціальний і благодійний проект – CUBA BUBA. Аналізуючи цей проект, я побачила очевидну реалізацію корпоративної соціальної відповідальності у вигляді екологічної орієнтованості, корпоративного волонтерства та участі в благодійному заході. Соціальний дизайн-проект Валерія Кузнецова отримав Гран-прі дев'ятого щорічного всеукраїнського архітектурного конкурсу «Інтер'єр року» 2017. Можливо це стане сильним поштовхом для розвитку морального дизайну в Україні.

Активний розвиток ринку на тлі демографічної кризи 90 років, загострює конкуренцію і стимулює компанії боротися як за клієнта, так і за працівників. Найбільша компанія Sergey Makhno Architects, у штаті якої 55 осіб, для утримання і зростання співробітників у компанії, активно використовує такі принципи корпоративної соціальної відповідальності: відсутність дискримінації при працевлаштуванні; чесні та прозорі трудові відносини; відповідальність перед працівниками за створення оптимальних умов для роботи; управління персоналом, засноване на солідарності; можливість підвищувати свій професіоналізм (тренінги, семінари, навчання на робочому місці); та всіляко дбає про добробут та розвиток співробітників.

Попри те, що в першу чергу бізнес орієнтується на генерацію прибутку, умови зростання конкуренції, змагання за довіру клієнта та лояльність працівників спонукають бізнес до впровадження принципів КСВ. Все частіше компанії намагаються дотримуватися законодавства, виконувати державні та міжнародні соціально-трудові стандарти, приймають додаткові зобов'язання та відповідальність за задоволення соціальних потреб своїх працівників.

Список використаних джерел:

1. http://ppv.net.ua/uploads/work_attachments/Ukrainian_Industrial_Design_Market_Study_PPV_2017.pdf

ТРЕНДИ РОЗВИТКУ КОНСАЛТИНГОВИХ ПОСЛУГ В УКРАЇНІ

Беззаперечним є зростання інтересу до діяльності консалтингових підприємств в наукових та ділових колах. Розвиток ринку консалтингових послуг, відносини між клієнтами та консультантами, критерії оцінки консалтингових продуктів, чинники ефективності та результативності надання консалтингових послуг на сьогодні є найбільш обговорюваними темами.

Особливий предмет відносин з приводу надання консалтингових послуг обумовлює складність та багатоаспектність ринку. Головними ознаками та особливостями створення консалтингового продукту та його подальшої реалізації є:

- надання консалтингової послуги здійснюється, як правило, юридичними особами або фізичними особами-підприємцями, але консалтингові послуги можуть і надаватися юридичними особами публічного права відповідно до чинного законодавства;
- переважно оплатний характер консалтингової послуги;
- невіддільність послуги від її виконавця;
- відсутність завершеної матеріальної форми, тобто консалтингова послуга не має уречевленого результату;
- ексклюзивність послуги;
- неможливість надання консалтингової послуги третіми особами;
- відсутність нормативних критеріїв якості надання консалтингових послуг – встановлення їх у кожному конкретному випадку;
- надання консалтингової послуги – інтелектуальна, творча, професійна діяльність фізичної особи;
- інноваційний характер консалтингової послуги;
- корисний результат наданої консалтингової послуги не завжди співпадає з очікуванням;
- можливість отримання корисного результату для замовника різними методологічними шляхами; настання корисного результату від послуги можливе через певний проміжок часу.

Функціонування ринку консалтингових послуг в Україні пов'язано з рядом обмежень. За дослідженнями [2], в нашій країні виокремлюють декілька обмежень, які поки що не дають змоги ринку стрімко розвиватися, серед яких: низька поінформованість щодо надання консалтингових послуг та складність в отриманні об'єктивної інформації; недовіра до консалтингу загалом, що зумовлено не завжди достатнім рівнем професіоналізму з боку консультантів; невисокий рівень інтеграції українських консультаційних компаній в міжнародні консультаційні структури й об'єднання; низька активність професійних об'єднань на консультаційному ринку; низький рівень звернення до консалтингових компаній; недостатній рівень фінансової грамотності керівників; відсутність інформації, що пояснює доцільність, необхідність і переваги використання таких видів послуг у поточних умовах ринку.

Відповідно до даних Державного комітету статистики України вітчизняний консалтинговий ринок оцінюється майже у 3 млрд. дол. і динаміка приросту відповідає 40-45 % за рік. При цьому 76,7 % ринку припадає на консультаційні послуги підприємствам, 19,7% – на інформаційний консалтинг, а лише 3,7 % – на навчання персоналу [4].

Сьогодні найбільш ємними сегментами консалтингового ринку є [3]: управлінський консалтинг – 30,9 % (105 млн дол.); консалтинг у сфері інформаційних технологій – 27,1 % (92 млн дол.); юридичний консалтинг – 15,3 % (52 млн дол.); фінансовий консалтинг та аудит – 10,6 % (36 млн дол.).

Досить велику активність на ринку мають компанії та індивідуальні консультанти, які «торгують знаннями», проводять семінари, конференції, організовують курси та клуби. Ця маркетингова діяльність переросла в окремих бізнес-напрямок, основу якого складає навчальне консультування.

Однак потрібно зауважити, що великий сегмент ринку пов'язаний з малими та середніми підприємствами (далі – МСП) не є охоплений діючими константантами. Причини відмови МСП від послуг консультантів: відсутність потреби у послугах консультантів (50%); недостатність фінансових засобів підприємства, висока вартість послуг консультантів (19,7%); самостійне розв'язання питань (18,2%); неналежна обізнаність з даного питання серед керівництва компаній (7,6%). При цьому 51% МСП, які не користувались послугами консалтингу, визнають наявність на підприємстві проблем, які б могли вирішити з допомогою консультантів. Так, 43,2% відчують нестачу в послугах консультантів у сфері управлінського консалтингу, а 49% МСП, що не вдаються до послуг консалтингу, не вважають за потрібне користуватись ними і в подальшому. Тому можна стверджувати, що ємність ринку може збільшена за рахунок потенційних, незалучених клієнтів в обличчі МСП.

Сучасний період характеризується відкритістю, зрозумілістю консалтингових компаній для всіх стейкхолдерів: інвесторів, кредиторів, що позитивно впливає на ділову репутацію, активність і зростання фінансових показників консалтингових фірм. В цілому з огляду на зміни тенденцій ведення бізнесу все більше українських компаній приходять до розуміння важливості та необхідності використання консалтингових послуг [1]. Тому вітчизняним консалтинговим компаніям потрібно зосередити основні зусилля на перспективах, які ефективно вплинуть на бізнес і економічний стан країни в цілому.

Список використаних джерел:

1. Відновлення ринку консалтингу почнеться вже в 2018 році (07.08.2017): сайт «Незалежний аудитор» / [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://n-auditor.com.ua/uk/povini/finansi/item/66877-відновлення-ринку-консалтингу-почнеться-вже-в-2018-році.html>
2. Гузар Б.С. Проблеми функціонування ринку консалтингових послуг в Україні / Б. С. Гузар, О. В. Шупило // Уманський національний університет садівництва/ [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://journal.udau.edu.ua/assets/files/89/Ekon/Ukr/8.pdf>
3. Євтушенко Н. О. Компаративний аналіз поняття «консалтингова взаємодія» / Н. О. Євтушенко // «Економіка. Менеджмент. Бізнес» № 1 (19). – 2017 / [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://journals.dut.edu.ua/index.php/emb/article/viewFile/1451/1384>.
4. Нормативно-правове регулювання консалтингових послуг для малого підприємництва // Інформаційний ресурс Інформаційного агентства NovA / [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://konsultat.info/index.php?o=97&l=2>
5. Survey of the European Management Consultancy 2016/2017 / FEACO / [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://www.feaco.org/sites/default/files/sitepagefiles/Feaco%20Survey.2016-2017.pdf>

Філіпенко М. К.

магістрант,

ДВНЗ «КНЕУ імені Вадима Гетьмана»

ЛЮДСЬКИЙ КАПІТАЛ, ЙОГО РОЛЬ ТА СТРУКТУРА В ПОСТІНДУСТРІАЛЬНІЙ ЕКОНОМІЦІ

В сучасних умовах модернізація економічного розвитку супроводжується суттєвими змінами в факторах та принципах організації виробництва, в структурі котрих першорядне значення посідають потенціал знань, накопичений суспільством, творчі здібності, високі професійні навички та компетенція працівників.

Аналіз впливу людського капіталу та науково-технічного прогресу на виробництво почався в середині минулого століття (твори Р. Солоу і Е. Денісона). Різноманітність використовуваних теоретичних положень, методів та даних для оцінки впливу людського капіталу на економічний розвиток та аналіз зворотного впливу супроводжувалися суперечливими результатами, які актуалізували вивчення причин цієї ситуації.

Наприклад, низький рівень інвестицій у вищу освіту в Європі порівняно з США на початку 2000-х років є однією з причин відставання держав ЄС від економічного зростання в порівнянні з

США. Однак у перші два десятиліття після Другої світової війни європейські країни досягли високого рівня економічного зростання в порівнянні з США, незважаючи на інвестиції, що здійснювалися головним чином у початкову та середню освіту. Можна також привести приклад країн "Азіатські тигри" (Гонконг, Тайвань, Корея та Сінгапур), інвестиції яких в основному здійснювалися в початкову і середню освіту, але дали економічні вигоди [1].

Безперечним досягненням теоретиків людського капіталу є визнання вищої ролі особистості у розвитку суспільного виробництва. Слід зазначити, що в середині ХХ століття частка виробництва та природного капіталу у західних країнах становили 52% від сукупного капіталу, тоді як на початку ХХІ – лише близько 20%. Відносна частка людського капіталу за цей же період зросла з 48% до 78%. При цьому, вже в 1970 році державні та приватні інвестиції в освіту, охорону здоров'я та соціальне забезпечення перевищили державні та приватні інвестиції в фіксовані активи вдвічі, в 1980 році – втричі, а в 2000-х роках – майже в чотири рази.

За експертними оцінками, у найбільш економічно розвинених країнах зростання знань і освіти суспільства становить в середньому 60% від національного зростання доходів. Встановлено, що збільшення інвестицій в освіту на 1% призводить до зростання валового внутрішнього продукту країни на 0,35%. Крім того, за деякими оцінками, збільшення тривалості навчання на 1 рік у розвинених країнах призводить до зростання ВВП на 5-15% [2]. Очікувана тривалість навчання також постійно зростає у всьому світі. Згідно з даними, за період з 1980 по 2018 рік цей показник виріс у Японії – з 13,2 до 15,2, в Норвегії – з 13,1 до 17,9, у Великобританії – з 12,9 до 17,4, у США – з 14.1 до 16,5. Лідером за цим показником є Австралія – 22,9 років [3].

При цьому, на сучасному етапі розвитку економіки, знання все більш і більш чітко з'являються у всіх структурних елементах, що дозволяє розглянути їх як системно важливий елемент та інтеграційну базу для внутрішнього змісту людського капіталу.

Всі цивілізовані країни вже усвідомили переваги капіталізації знань. Наприклад, такі компанії, як Microsoft та Intel, заробляють мільярд доларів США за рік від патентів. Тому інвестиції в розвиток інтелектуальних ресурсів на Заході ростуть у 2-3 рази швидше, ніж основні засоби компаній. У США ринкова вартість компаній, спеціалізованих на розвитку програмних продуктів, вища за фіксований балансовий звіт в 7-20 разів.

Генезис людського капіталу може забезпечити принаймні два етапи, одним з яких є формування (інвестиційний період), а інший пов'язаний з використанням людського капіталу. Перший етап характеризується збільшенням вартості людського капіталу завдяки збільшенню кількості набутих знань та навичок та їх реалізації на робочому місці. Проте на другому етапі вже є кілька можливих варіантів зміни вартості людського капіталу. Коли населення працює на високо інтелектуальній роботі, залучене до підвищення кваліфікації, вартість людського капіталу може рости, в той час як при фізичній праці вартість людського капіталу може бути зменшена [4].

Фактори, що впливають на використання людського капіталу, можуть бути класифіковані відповідно до різних критерій: на основі ефективності використання (ефективне / неефективне використання) та характеру ефекта (внутрішній / зовнішній). Внутрішні фактори пов'язані головним чином з індивідуальними характеристиками населення, а зовнішні – з соціальними, економічними та політичними змінами на федеральному, регіональному та муніципальному рівнях.

Процес використання людського капіталу може призвести як до сприятливих, так і до несприятливих наслідків. З одного боку, це може супроводжуватися збільшенням заробітної плати і, таким чином, доходу населення, і призведе до збільшення прибутків та підвищення конкурентоспроможності компанії. З іншого боку, зайнятість, не пов'язана зі спеціальністю, невідповідність навичок і вимог роботи можуть призвести до поширення безробіття, неофіційному працевлаштуванню, що супроводжується низьким рівнем доходів населення.

Список використаних джерел:

1. І. Рабул "Склад людського капіталу, близькість до технологічного руху та зростання продуктивності": дискусійний документ Австралія: Університет Монаш, кафедра економіки, 2010. с. 42.
2. Маддісон А. Динамічні сили в капіталістичному розвитку. Довгостроковий порівняльний вигляд. Оксфорд, Нью-Йорк, 1991. С. 37-43.

3. Human Development Reports Режим доступу: <http://hdr.undp.org/en/content/expected-years-schooling-children-years> <http://hdr.undp.org/en/2018-update>

4. Курчадис, К. В. Оцінки чистої вартості людського капіталу Педагогічна газета. – 2011. – №2. – Том 1 (гуманітарні науки).

Шовкопляс К.М.
магістрант,
Інститут бізнес-освіти
ДВНЗ «КНЕУ імені Вадима Гетьмана»

ФОРМУВАННЯ ОБЛІКОВОЇ ІНФОРМАЦІЇ ПРО НАЯВНІСТЬ І ВИБУТТЯ ВИРОБНИЧИХ ЗАПАСІВ, АНАЛІЗ ЕФЕКТИВНОСТІ ЇХ ВИКОРИСТАННЯ

Підприємства знаходяться у постійному пошуку та розробці нових методів організації та управління виробництвом для підвищення ефективності господарської діяльності. Запаси відіграють велику роль у ефективності господарської діяльності підприємств та посідають особливе місце у складі майна, займають домінуючі позиції у структурі витрат підприємства різних сфер діяльності. Від правильності ведення обліку запасів залежить достовірність даних про отриманий підприємством прибуток та збереження самих запасів.

Існують різні методи оцінки запасів, кожен з яких має свої переваги та недоліки, тому є дуже важливо вибрати той метод, за яким можна найточніше провести оцінку запасів, залежно від виду діяльності підприємства. Як наслідок, виникає ряд проблем в організації управління запасами та їх облікового забезпечення. Основні вітчизняні та міжнародні підходи до оцінювання запасів за ПСБО 9 та МСБО 2 представлені на рисунку 1.

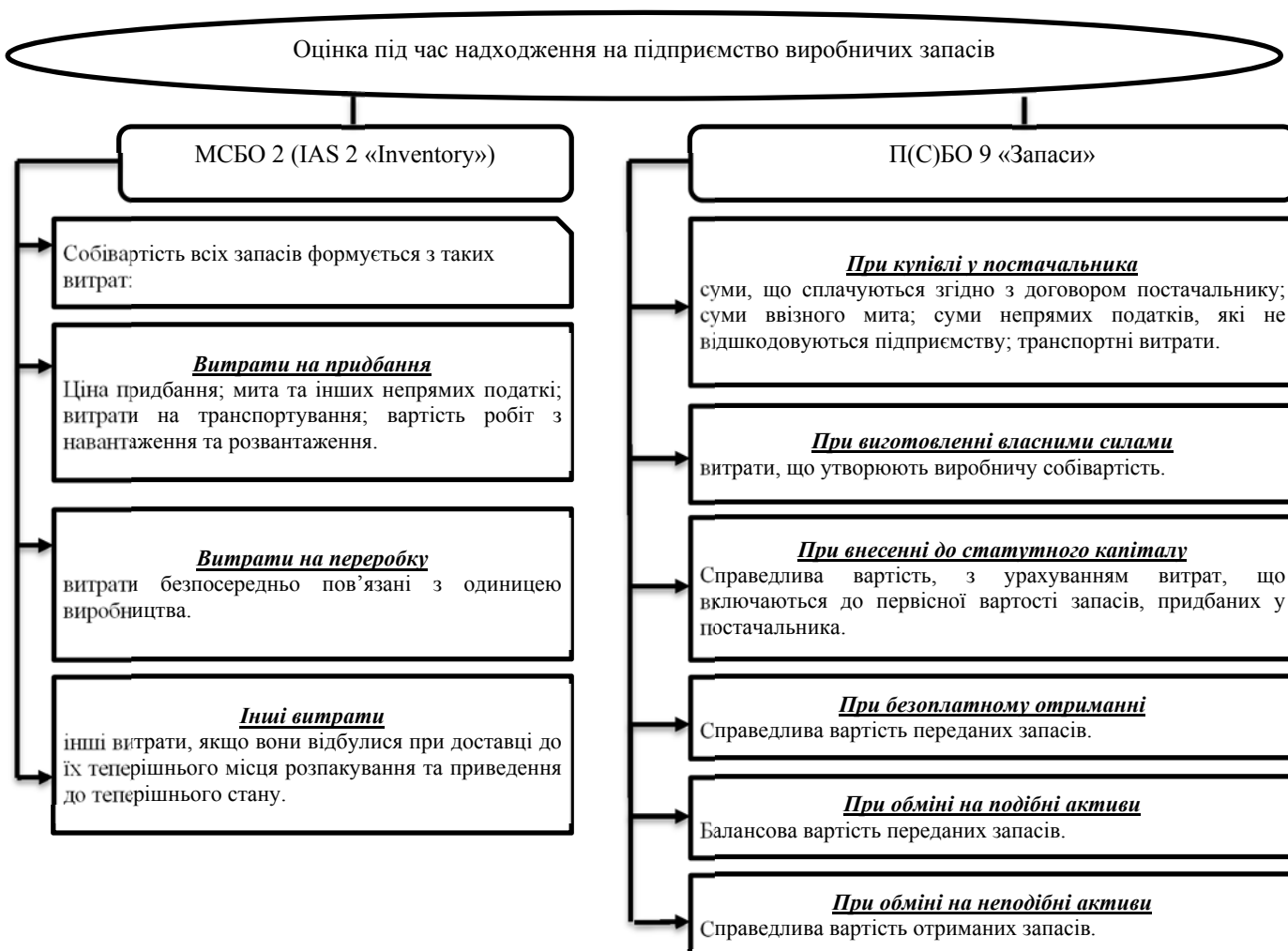


Рис. 1. Основні вітчизняні та міжнародні підходи до оцінювання запасів

Вітчизняними стандартами, а саме ПСБО 9 передбачено п'ять методів оцінки запасів при їх відпуску у виробництво, продаж або інше вибуття [1]. Підприємство має можливість самостійно обрати один або декілька методів оцінки запасів при вибутті. Одночасно різні методи можуть бути вибрані тільки для запасів різного призначення та різних умов використання. Оскільки існує дві системи обліку запасів: постійна або періодична [2], то підприємство має право вибору однієї з них при обов'язковому її зазначенні у Наказі про облікову політику. Основна відмінність між цими системами обліку запасів базується на послідовності розрахунку кредитового обороту та залишків на кінець періоду по рахунках запасів [3]. При значних обсягах інформації через різницю в часі відображення запасів, використання одного методу їх оцінки за двох систем надає різні вартості вибуття та залишків [4]. При виборі оптимального методу підприємство виходить з того, що метод не повинен завищувати фінансовий результат, занижувати собівартість та бути простим у використанні. На вибір того чи іншого методу оцінки впливають різні фактори, такі як характер запасів (асортимент), специфіка діяльності (торгівля, зв'язок), місце використання запасів, а також не менш важливий інформаційне забезпечення.

Використання запасів на підприємстві це їх відпуск у виробництво, капітальне будівництво, загальногосподарські потреби або ж забезпечення збуту. Основна частина операції підприємства з запасами припадає на використання запасів у господарських потребах. При цьому списання запасів у бухгалтерському обліку здійснюється за кредитом рахунків 20, 22, 28, а кореспонденція залежить від напрямку використання списаних запасів.

Економне використання сировини, матеріалів та енергії рівнозначне збільшенню їх виробництва, а проведення детального аналізу запасів дає можливість мінімізувати негативний вплив тих факторів, які можуть завадити нормальному функціонуванню підприємства. В сучасних економічних умовах слід проводити розрахунок потреби в матеріалах, аналіз інтенсивності і ефективності використання запасів для того, щоб досягнути високого рівня виробництва та не допустити його спаду. Аналіз ефективності використання матеріальних ресурсів дійсною за такими основними напрямками: аналіз використання матеріальних ресурсів, аналіз узагальнювальних і часткових показників ефективності їх використання, факторний аналіз матеріаломісткості продукції.

Отже, формування облікової інформації, управління й аналіз оборотних активів – важливий напрям підвищення фінансового стану підприємства. Встановлення оптимального співвідношення оборотних коштів у сфері виробництва та обігу має важливе значення для забезпечення грошовими коштами, виконання виробничої програми, а також є одним з основних чинників підвищення ефективності використання оборотних коштів.

Список використаної літератури

1. Запаси [Електронний ресурс]: положення (стандарт) бухгалтерського обліку 9, затверджено наказом Міністерства фінансів України за № 246 від 20.10.1999 р. (зі змінами і доповненнями).–Режим доступу: <http://zakon5.rada.gov.ua/laws/show/z0751-99>.
2. Бухгалтерський облік в Україні : навч. посіб. / Р.Л. Хом'як, В.І. Лемішовський, В.І. Воськало, В.С. Мохняк – Львів: Бухгалтерський центр “Ажур”, 2010. – 440 с.
3. Бухгалтерський фінансовий облік: Підручник. /Ф.Ф. Бутинець, А.М. Герасимович, Г.Г. Кірейцев та ін. – Житомир: ПП “Рута”, 2010. – 756 с.
4. Хом'як Р.Л. Бухгалтерський облік та оподаткування : навч. посіб. / Р.Л. Хом'як, В.І. Лемішовський. – Львів: Бухг. центр “Ажур”, 2010. – 1220 с.

ШЛЯХИ ПІДВИЩЕННЯ КОНКУРЕНТОСПРОМОЖНОСТІ ПАТ «УКРЗАЛІЗНИЦЯ»

На основі проведеного дослідження можна зробити наступні висновки.

Динамічність зовнішнього середовища – це поштовх до змін. Динаміка розвитку світової економіки вимагає від кожного підприємства постійного моніторингу та підвищення ефективності роботи [1].

Зниження прибутковості та частки ринку є ознакою появи конкурентного середовища на ринку. Сучасне зовнішнє середовище, в якому працює ПАТ «Укрзалізниця» характеризується формуванням нестабільних умов для довгострокової стійкості і має особливості безперервного посилення конкуренції, зниження ефективності звичних маркетингових заходів.

Для збереження місця на ринку необхідно визначити новий вектор розвитку підприємства в залежності до існуючих умов ринку. Головним пріоритетом підприємства має бути передбачення і задоволення потреб клієнтів, для чого потрібно переходити до клієнтоорієнтованого управлінського підходу [3].

Клієнтоорієнтованість вимагає максимального ступеню відповідності очікуванням клієнтів. У сучасних умовах, підприємство яке робить вибір на користь довгострокових взаємин з клієнтом, часто жертвуючи миттєвими вигодами може досягти значно більших успіхів порівняно з іншими [4].

Укрзалізниця – ключовий стратегічний актив держави. ПАТ «Укрзалізниця» – лідер на транспортно-логістичному ринку Європи за рахунок надання якісних і економічно привабливих послуг. ПАТ «Укрзалізниця» ефективно виконує роль національного перевізника пасажирів і вантажів та раціонально управляє залізничною інфраструктурою, забезпечуючи стійкий ріст економіки України. ПАТ «Укрзалізниця» – провідна соціально відповідальна компанія, приваблива для співробітників, яка і турбується про захист довкілля, надійним і відкритим партнером для суспільства [6].

Змінюючи компанію потрібно визначити чіткі принципи її реформування, завдяки чому виділення окремих залежних підприємств в окремі функціональні одиниці у загальній вертикально інтегрованій структурі дозволить створити справжній ринок перевізників залізничного транспорту. При чому створення залізничних компаній має здійснюватись за напрямками діяльності, а не за регіональним принципом, як це реалізовано зараз [6].

Бізнес-модель ПАТ «Укрзалізниця» повинна бути побудована на п'яти бізнес-вертикалях: вантажні перевезення та логістика, пасажирські перевезення, інфраструктура, послуги тяги, виробництво та сервіс [6].

Побудова ефективного логістичного оператора і зростання частки логістичних послуг в загальному портфелі компанії – мета функціонування підприємства.

Функціональний метод управління компанією не дає можливості для швидкого реагування на зміни навколишнього середовища. Процесний підхід до управління основними ресурсами компанії забезпечує необхідну гнучкість та клієнтоорієнтованість державного оператора залізничних вантажних перевезень на ринку послуг. Розвиток та швидкість реагування на зміни кон'юктури ринку можливе лише при процесному підході до вирішення функціональних та організаційних аспектів ведення бізнесу [5].

Отже, сучасний стан навколишнього середовища та економіки в цілому вимагає від підприємств динамічних змін. Логістичний ринок потребує постійних нововведень, безперервного розвитку, особливо зважаючи на зниження частки ринку вантажних перевезень у вертикалі вантажних перевезень для ПАТ «Укрзалізниця». Підвищення рівня клієнтоорієнтованості – це шлях до підвищення доходності та метод для міцного статусу на ринку. Для утримання позицій на ринку ПАТ «Укрзалізниця» повинна розвиватись по клієнтоорієнтованій бізнес-моделі, особливо зважаючи високу мету функціонування компанії. Реагувати за швидкоплинний ринок логістичних послуг можливо завдяки процесному підходу до управління компанією. Процесний підхід до управління

компанією забезпечить необхідний ріст рівня клієнтоорієнтованості на швидкоплинному ринку логістичних послуг.

Список використаної літератури

1. Загорна Т.О., Коломійцева А.О. Формування бізнес-моделі підприємства: навчальний посібник / Т.О. Загорна, А.О. Коломицева. – Донецьк: СПД Купріянов. – 2010. – 403 с.
2. Стратегічне управління підприємствами малого та середнього бізнесу промислового регіону: монографія / за наук. ред. д.е.н, проф., ак. АЕНУ І. Д. Падеріна. – Дніпро: ТОВ «Акцент ПП», 2016. – 184 с.
3. Швиданенко Г.О., Приходько Л.М. Оптимізація бізнес-процесів: навч. посіб. / Г.О. Швиданенко, Л.М. Приходько. – К.: КНЕУ, 2012 – 487 с.;
4. Управління конкурентоспроможністю підприємства: навч. посіб. / С.М. Клименко, Т.В. Омеляненко, Д.О. Барабась, О.С. Дуброва, А.В. Вакуленко. – К.: КНЕУ, 2008 – 520 с.
5. Інноваційна стратегія клієнтоорієнтованого логістичного сервісу: наукова стаття / В.Г. Алькема, Ю.В. Арцюх. – Університет економіки і права «Крок», 2014 – 159-166 с.
6. Стратегічний план розвитку ПАТ «Укрзалізниця» до 2021 року.

СЕКЦІЯ 2. СОЦІАЛЬНА ВІДПОВІДАЛЬНІСТЬ БІЗНЕСУ

Andreieva K.A.

*Candidate for a master's degree at the Institute of Business Education
Kyiv National Economic University named after Vadym Hetman*

INSTITUTIONAL COOPERATION OF THE UNITED NATIONS HUMANITARIAN AGENCIES IN THE SPHERE OF HUMAN RIGHTS PROTECTION AS A KEY ASPECT OF THE DEVELOPMENT OF GLOBAL SOCIAL RESPONSIBILITY OF THE ORGANIZATION

Humanitarian cooperation and coordination of humanitarian agencies of the United Nations in the sphere of human rights protection involve the unification of humanitarian actors to ensure a coherent and principled response to emergencies. The main purpose of such institutional co-operation is to help people when they most need help or protection.

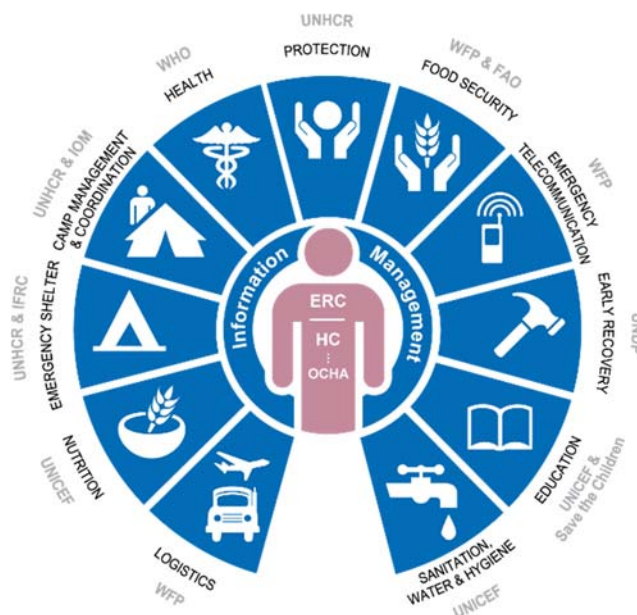
The Office for the Coordination of Humanitarian Affairs (OCHA), which is the part of the United Nations Secretariat, is responsible for bringing together humanitarian organizations to ensure a coordinated response to emergencies. A coordinated, system-wide approach to humanitarian assistance is essential for the rapid and effective delivery of the assistance to those in need [1].

UN Humanitarian Institutions are among the most important agencies in the UN system with humanitarian mandates and whose main objective is to address the humanitarian challenges that humanity faces as a result of military conflicts and natural disasters. The system of humanitarian institutes consists of five main UN institutions: UNDP, UNHCR, UNICEF, World Food Program (WFP) and World Health Organization (WHO), which is one of the most important agencies in the UN system, have humanitarian mandates whose main objective is to address the humanitarian problems that humanity faces as a result of military conflicts and natural disasters [2].

Humanitarian coordination is aimed at increasing the effectiveness of the humanitarian response by providing greater predictability, responsibility and partnership. Co-operation and co-ordination provide for a two-way assessment of situations and needs; coordination of common priorities; developing common strategies for addressing issues such as access negotiations, mobilization of funding and other resources; clarification of successive public messages; and monitoring the progress of the implemented decision [3].

Institutional cooperation between the humanitarian agencies of the United Nations is carried out through a number of approaches, such as humanitarian leadership, cluster approach, gender perspective, protection of human rights and readiness for an emergency response to an emergency.

In the Picture 1 it is expedient to schematically depict the institutional cooperation of the UN humanitarian institutions.



Picture 1. Institutional cooperation of the UN humanitarian institutions [4].

The UN Humanitarian Institutions work in the field of human rights protection, health care, education and rapid recovery of people as a result of military conflicts and natural disasters, placement of people in camps, rapid rebuilding of housing, enhancement of food quality, logistics, sanitation and hygiene, provision water, food supply. Each United Nations human rights institution, in constant coordination with all humanitarian agencies of the United Nations, acts in accordance with its stated goals and in its area of response to address the most urgent problems faced by the population of the countries as a result of military conflicts and natural disasters.

Thus, we can conclude that all these institutions, specialized agencies, funds and programs, and UN-linked organizations are of great importance for the restoration of peace and security in the world. Permanent coordination, cooperation and the search for joint long-term solutions and the development of long-term humanitarian assistance programs are an integral part of global social responsibility, as all participants in the humanitarian response to war conflicts and natural disasters, as well as to the United Nations as a whole.

Literature:

1. UN activities in the field of human rights protection. External resource share. [Electronic resource] / UN Office for the Coordination of Humanitarian Affairs – 2018. – Access mode: <http://www.un.org/ru/sections/what-we-do/protect-human-rights/index.html>
2. Humanitarian coordination and cooperation of the UN institutions. Articles and Programs [Electronic Resource] / Humanitarian Response – Access mode: <https://www.humanitarianresponse.info/en/coordination>
3. Provision of humanitarian assistance. Information descriptions. External resource share. [Electronic resource] / UN – 2018. – Access mode: <http://www.un.org/ru/sections/what-we-do/deliver-humanitarian-aid/>
4. Reference model of cluster coordination at the country level. [Electronic Resource] / IASC 2015 – 52 s. – Mode of access: https://www.humanitarianresponse.info/sites/www.humanitarianresponse.info/files/documents/files/c_luster_coordination_reference_module_2015_final.pdf

*Деркач О.М.,
магістрант,
ДВНЗ «КНЕУ імені Вадима Гетьмана»*

ДОСЛІДЖЕННЯ ПОРУШЕНЬ ПРИНЦИПІВ СОЦІАЛЬНОЇ ВІДПОВІДАЛЬНОСТІ КОМПАНІЯМИ, ЯКІ ПОЗИЦІОНУЮТЬ СЕБЕ ЯК СОЦІАЛЬНО ВІДПОВІДАЛЬНІ

Для дослідження порушень принципів соціальної відповідальності компаній, які позиціонують себе як соціально відповідальні, мною обрано 3 компанії із різних сфер діяльності, а саме Apple Corp., Volkswagen Group та Valeant Pharmaceuticals International. У сучасному світі споживачам потрібно більше ніж просто високоякісні продукти та послуги, наразі для них пріоритетом є корпоративна відповідальність компаній, клієнтами яких вони є, оскільки ці компанії чинять вплив на соціальні змінні через свої бізнес переконання, діяльність та соціальний ефект.

Основою того, що ми вважаємо сучасним визначенням соціальної відповідальності бізнесу, зорієнтовано на «Піраміду корпоративної соціальної відповідальності» Арчі Керолла. У цій піраміді корпорація має чотири типи відповідальності. Перша і найбільш очевидна є економічна відповідальність, тобто бути рентабельною компанією. Другою є юридична відповідальність, що проявляється у дотриманні законів, встановлених суспільством. Третім типом, що тісно пов'язаний з другим є етична відповідальність, яка означає, що потрібно вчиняти правильно, навіть якщо компанія не зобов'язана робити це за законом. Четвертим типом виділяють благодійну відповідальність. Її ще називають філантропічною, що найкраще описується ресурсами, які вкладуються корпораціями в соціальні, освітні, рекреаційні або культурні цілі. [1]

Порушення принципів соціальної відповідальності обраних компаній

Apple. Незважаючи на величезні суми грошей у верхній частині ланцюжка постачання компанії Apple, працівники, які роблять їхню продукцію, стикаються з безліччю зловживань: низька заробітна плата, надмірні та неоплачені понаднормові години, які перевищують легальні обмеження,

довготермінове опромінення токсичними хімікатами без належного захисту обладнання, небезпечне робоче середовище, включаючи заблоковані та закриті виходи, інтенсивний психологічний тиск та використання примусової робочої сили учнів. За офіційними даними, довгі години роботи, надзвичайно низька заробітна плата та робоче середовище під високим тиском призвели до росту кількості самогубств, починаючи з 2010 року, працівників Foxconn, одного з найважливіших постачальників Apple. Протягом року було скоєно 18 спроб самогубства, 14 з яких закінчилися смертю. За наступні два роки ще шестеро працівників було вбито внаслідок вибухів на фабриках iPad. За даними «The New York Times», керівництво Apple було попереджене про небезпечні умови всередині принаймні одного із заводів, але нічого не зробило, для того щоб запобігти смертельному вибуху. [2]

Volkswagen. У 2015 році Американське агентство з охорони навколишнього середовища (EPA) виявило, що Volkswagen вдався до шахрайських дій, фальсифікуючи дані щодо забруднюючих доквілля викидів своїх автомобілів. Відповідно до EPA, в реальних умовах експлуатації автомобілів рівень забруднюючих речовин у 40 разів перевищував нормативи, тоді, як під час випробувань EPA, автомобілі відповідали чинним вимогам. Протягом семи років, за допомогою спеціального електронного перемикача «Defeat Device» з відповідним програмним забезпеченням Volkswagen подавав занижені показники забруднюючих викидів своїх автомобілів, вводячи в оману клієнтів і надаючи суспільству викривлену інформацію про начебто використання компанією у виробництві надійної для доквілля технології Clean Diesel, що не відповідало дійсності. Етична теорія, що застосовується до вищезазначеного випадку, полягає у необхідності моральної відповідальності бізнесу за дотримання етичних стандартів. [3] Відповідно до ділової етики Канта, бізнес зобов'язаний виконувати етичні аспекти збереження на ринку. Але Volkswagen знехтував положеннями цієї теорії, ставши правопорушником. Утилітаризм – це етична теорія, яка описує правильність і неправильність, засновану на результатах. У цьому конкретному випадку результат мав негативний вплив на клієнтів, які створили безліч неприємних наслідків для Volkswagen. Досить безвідповідальна політика для компанії, яка працює в галузі випуску «автомобілів для народу» та претендує на першість у 21-му сторіччі поряд з всесвітньовідомими компаніями з Toyota та General Motors, постачаючи на ринок також автомобілі преміум-класу та класу «люкс».

Valeant Pharmaceuticals. Ще одна етична проблема виникла з формуванням цін на ліки фармацевтичними компаніями-монополістами. Заснована в Каліфорнії в 1959 році як ICN Pharmaceuticals, компанія Valeant протягом короткого періоду часу в 2015 році стала найдорожчою компанією [6]. Згідно з офіційною інформацією «The New York Times», Valeant «більш ніж вчетверо» збільшила ціни на життєво важливі для пацієнтів препарати: Cypripine (для 30 000 пацієнтів у світі з хворобою Вільсона); Isuprel – для лікування астми та серцевих захворювань, ціну збільшено на 500%, Nitropress – для лікуванні високого тиску, ціну збільшили на 200%, Glumetza – ліки для лікування діабету – ціну було збільшено на 800 %. Варіанти цінової стратегії Valeant, моделі зростання та методи обліку не є етичними в жодному аспекті. [4]

Із вищесказаного можна зробити висновок, що в сучасних умовах соціальна відповідальність у бізнесі значно змінилася і потребує як рішень добровільного характеру на рівні окремих організацій, так і обов'язкових схем на регіональному, національному і навіть на транснаціональному рівнях. Кожне підприємство зобов'язане слідувати етичному кодексу у своїй поведінці і пам'ятати, що залучення неетичних видів діяльності заради отримання прибутку, зазвичай псує імідж компанії, а разом із ним знижується і її гудвіл.

Список використаних джерел:

1. Pyramid of Corporate Social Responsibility [Електронний ресурс]. – 2010. – Режим доступу до ресурсу: <https://www.growyourgiving.org/giving-blog/pyramid-corporate-social-responsibility>.
2. Case Study: Apple Inc. (China) [Електронний ресурс] – Режим доступу до ресурсу: <https://wsr-network.org/what-is-wsr/csr-and-msis/case-study-apple-inc/>.
3. Volkswagen Emission Scandal [Електронний ресурс] – Режим доступу до ресурсу: http://businessethicscases.blogspot.com/2017/11/volkswagen-emission-scandal_11.html.
4. The Valeant Pharmaceuticals Case [Електронний ресурс] – Режим доступу до ресурсу: <https://sevenpillarsinstitute.org/valeant-pharmaceuticals-case/>.

СОЦІАЛЬНА ВІДПОВІДАЛЬНІСТЬ У РОБОТІ ДЕПАРТАМЕНТІВ ПЕРСОНАЛУ

Соціальну відповідальність будь-якої організації можна розглядати у двох аспектах: з однієї сторони — це відповідальність організації перед державою та суспільством, з іншої — перед власним трудовим колективом. Відповідальність перед суспільством спрямована не тільки на забезпечення ефективної зайнятості громадян, сплати податків, дотримання законодавчої бази, збереження довкілля, а й на направлення частини своїх прибутків, за умов добровільності, на вирішення цілого спектру соціальних програм і проектів.

Соціальна відповідальність організації щодо власного персоналу передбачає створення належних і безпечних умов праці, гідний рівень заробітної плати, адекватну систему мотивів і стимулів до продуктивної творчої праці, формування корпоративної культури та патріотизму у співробітників.

Як правило, питаннями розробки кадрової політики, а отже і соціальної відповідальності, разом з керівниками або власниками компаній опікуються департаменти персоналу. Досвід провідних іноземних і вітчизняних компаній засвідчує, що діяльність сучасних департаментів персоналу не обмежується вирішенням суто адміністративних питань прийому, звільнення та обліку працівників. До їхніх функціональних обов'язків входить робота з визначення якісної потреби у персоналі, пошук і підбір працівників із відповідним рівнем кваліфікації та досвідом роботи, організація навчання та підвищення кваліфікації, проведення професійного оцінювання, планування кар'єрного просування, формування сприятливого соціально-психологічного клімату у колективі тощо.

Корпоративну соціальну відповідальність департаментів персоналу можна визначити як відповідальність названих служб за управлінські рішення, проекти, програми, які вони розробляють та реалізують щодо власного персоналу. Підрозділи по роботі з персоналом стають своєрідним провідником між керівництвом або власниками організації, з однієї сторони, та найманими працівниками, з іншої, у механізмі реалізації соціальної політики.

На думку автора, сучасні департаменти персоналу мають приймати активну участь у розробленні стратегії розвитку персоналу, формуванні принципів корпоративної культури, проведенні різних соціологічних досліджень з приводу визначення рівня задоволення працівників роботою, умовами праці та відпочинку, матеріальним стимулюванням, соціальним забезпеченням тощо.

Унаслідок посилення умов конкурентної боротьби на ринку, вимоги до професійно-кваліфікаційного рівня персоналу суттєво зростають. Діяльність фахівців департаментів персоналу має спрямовуватися на пошук нових креативних методів підбору, відбору, адаптації, оцінювання, навчання та розвитку власного персоналу.

Соціальна відповідальність у роботі департаментів персоналу має бути спрямована на забезпечення належних умов високопродуктивної роботи працівників, надання можливостей постійного професійно-кваліфікаційного зростання, прояву креативного мислення та продукування інноваційних ідей.

Корпоративна відповідальність керівництва щодо персоналу напряму пов'язана з розробкою та впровадженням соціальної політики. Досвід провідних вітчизняних компаній свідчить про розуміння власниками необхідності реалізації широкого спектру соціальних проектів спрямованих на розвиток власного персоналу. Мова йде про різного роду програми навчання, підвищення кваліфікації, медичного страхування, лікування, покращення умов праці та відпочинку працівників, матеріальної допомоги родинам у випадку надзвичайних ситуацій тощо. Прикладом соціальної відповідальності бізнесу є випадки, коли керівництво компанії купує або надає в оренду житло власним працівникам та членам їх родин, відкриває корпоративні дитячі садочки для дітей співробітників, купує абонементи до оздоровчих закладів, оплачує відпочинок або лікування.

На думку автора, соціальна відповідальність у роботі департаментів персоналу має проявлятися не тільки у створенні сучасної системи стимулювання та мотивації праці, а й у

розробленні низки заходів спрямованих на формування лояльності персоналу та забезпеченні зворотного зв'язку. Принцип зворотного зв'язку передбачає можливість працівників донести до керівництва думку про загальну ефективність роботи департаменту персоналу, рівень задоволення умовами праці, розміром заробітної плати, висловити побажання щодо вдосконалення організації праці та соціально-психологічного клімату в колективі.

Підводячи підсумки зазначу, що серед основних напрямів удосконалення роботи департаментів персоналу, з точки зору концепції соціальної відповідальності, можна назвати наступні: [1, 27–28].

1. Забезпечення комплексного вирішення завдань якісного формування та ефективного використання кадрового потенціалу організації.

2. Перехід від адміністративно-паперових методів управління кадрами до науково-обґрунтованих процедур підбору та оцінки персоналу, що вимагає від фахівців департаментів знань і навичок підбору, психологічного тестування, соціологічного дослідження та інших сучасних технологій роботи з персоналом.

3. Широке впровадження прогресивних методів підготовки, перепідготовки та підвищення кваліфікації працівників, оскільки на сучасному етапі досить актуальною є проблема випереджаючої підготовки спеціалістів та робітників для освоєння нової техніки та технології.

4. Організація системної роботи з керівними кадрами, яка має базуватись на таких організаційних формах як планування ділової кар'єри, ротатійне просування, навчання на курсах підвищення кваліфікації, стажування у провідних вітчизняних та закордонних компаніях.

5. Забезпечення соціальних гарантій у сфері зайнятості шляхом працевлаштування та перенавчання вивільнених працівників, надання їм гарантованих законодавством пільг і компенсацій.

Список використаних джерел:

1. Служба управління персоналом: навч. посіб. О.М. Леонтенко. – К. : КНЕУ, 2011. – 477с.

*Малов Д.Ю.,
магістрант,
Інститут бізнес-освіти
ДВНЗ «КНЕУ імені Вадима Гетьмана»*

РЕАЛІЗАЦІЯ ПРИНЦИПУ СОЦІАЛЬНОЇ ВІДПОВІДАЛЬНОСТІ ALD AUTOMOTIVE

Корпоративна соціальна відповідальність (далі «КСВ») в ALD Automotive передбачає дотримання основних цінностей групи Société Générale (материнська структура). В рамках глобальної стратегії групи, фокус щодо КСВ зосереджено на добробуті своїх клієнтів. Так як цей бізнес має відношення до автотранспорту, то відповідно існують певні загрози для екології навколишнього середовища та людей. Саме тому політикою Компанії передбачено розробку та виконання заходів для мінімізації та уникнення можливих забруднень та негативних впливів на суспільство.

Основна увага ALD Automotive зосереджена на: адекватному фінансуванні, відповідальності як роботодавця, навколишньому середовищі та активному житті громадянського суспільства.

КСВ вбудована в культуру компанії і окреслена основними цінностями: командний дух, зобов'язання, відповідальність та інновації. [1].

Глобальний підхід по КСВ в ALD Automotive передбачає:

1. Продовжувати створювати умови та сприяти покращенню безпеки на дорозі як для водіїв так і пішоходів;
2. Технологія ALD Bluefleet – допомога клієнтам знизити їх викиди CO₂;
3. Відповідність та сумісність з міжнародними угодами та національними правилами в повній мірі;
4. Побудова відповідальних відносин з постачальниками та іншими партнерами. [2].

Не менш важливими на думку автора є екологічні зобов'язання. З точки зору забруднюваності від транспорту, автовиробники та їх партнери (серед яких ALD Automotive), мають впроваджувати інноваційні заходи та приймати зважені рішення щодо: вимірювання та зменшення CO₂ (енергія, транспорт, папір); обмеження споживання інших природних ресурсів; утилізація відходів.

Ключові мотиви в Компанії щодо впровадження та використання у своїй діяльності практик КСВ:

По-перше, ALD Automotive – по суті є транснаціональною глобальною організацією (43 країни), а отже має значний вплив на суспільні відносини і несе відповідальність за результати своєї діяльності перед суспільством. З іншого боку, для Компанії це захист від недобросовісних конкурентів, що можуть створити негативний вплив (з точки зору пошуку слабких місць у Компанії щодо її соціальної відповідальності). По друге – це імідж та стратегічні пріоритети Компанії щодо подальшого розвитку. По третє – це один із ключових факторів для впровадження інновацій та розгалуження сфер діяльності ALD Automotive.

Очікуваний вплив від впровадження практик КСВ та стратегій Групи ALD Automotive в Україні на найближчі роки:

1. Створення інноваційних рішень для клієнтів: Мобільний додаток, що надає змогу для корпоративних клієнтів контролювати та зменшувати контрактні пробіги по автомобілям до оптимального рівня (мета для клієнта – зменшення витрат). З позиції КСВ таке зменшення пробігів прямопропорційно впливає на рівень викидів CO₂ в повітря, що є позитивним фактором для екології в цілому [3].

2. Надбудови CRM системи та електронний документообіг, зменшить закупівлі, використання паперу та інших витратних матеріалів – не потрібно буде займатись утилізацією та зберіганням витрачених матеріалів.

3. Проведення комплексу заходів з усіма ключовими стейкхолдерами щодо популяризації електрокарів в Україні: зменшення вартостей та розширення наявних екологічних автобрендів; доведення вигід від експлуатації та екологічності такого транспорту для клієнтів в порівнянні зі звичайними автомобілями, вплив на розвиток та розширення мереж електрозаправних станцій та зміна ментальності, мислення споживачів (водіїв).

Список використаних джерел:

1. Основний сайт Компанії [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://www.aldautomotive.ua>
2. Внутрішньо-корпоративні звіти компанії
3. MyALD 2.0 [Електронний ресурс] – Режим доступу: <https://myald.aldautomotive.ua/start/welcome>
4. Інформаційний сайт щодо основних трендів, ідей та інновацій в сфері автолізингу [Електронний ресурс] – Режим доступу: <http://www.leaseurope.org>

КЛЮЧОВІ АСПЕКТИ ТА ТЕНДЕНЦІЇ СОЦІАЛЬНОЇ ВІДПОВІДАЛЬНОСТІ У СФЕРІ РОЗДРІБНОЇ ТОРГІВЛІ

В сучасних умовах соціально-економічного розвитку посилюється значення соціальної корпоративної відповідальності. Зростання конкурентної боротьби на світових ринках потребує проведення нових змін не тільки ведення власного успішного бізнесу, але й поглиблення взаємодії із суспільством при одночасній мінімізації витрат та врахування соціальних потреб регіонів.

За даними глобального звіту корпоративної стійкості, оприлюдненого компанією Nielsen, сьогодні 66 % споживачів довіряють стійким торговим брендам та готові витратити більше коштів на купівлю їх товарів. Компанія Millennials наводить ще більший показник споживацьких переваг – 73%. Інакше кажучи, клієнти хочуть, щоб компанії, продукти яких купують споживачі, практикували стійкість, етичність і дотримувались екологічних норм та прозорості в реалізації бізнесу. Тобто, клієнти хочуть купувати чесні бренди [1].

Експерти компанії KPMG виділили ряд найбільших тенденцій, що впливають на споживчу та роздрібну торгівлю в 2018 році, серед яких:

1. Посилення свідомого вибору споживача: все частіше споживачі приймають рішення щодо покупки, враховуючи багато факторів, а не лише вартість продукту. Зростання кількості свідомих споживачів впливає на рітейлерів і змушує їх вживати заходів та змінюватися.

2. Правила гри на ринку роздрібної торгівлі вже змінилися. Рітейлери повинні працювати з підвищеними очікуваннями споживачів та технічними можливостями.

Це є свідченням зростання соціальних складових відповідальності підприємства.

Соціальна відповідальність підприємства торгівлі – це добровільний відгук підприємства торгівлі на потреби суспільства і добровільне дотримання їм загальноприйнятих економічних, правових і етичних та екологічних норм [2]. Кожне торгове підприємство наповнює ці напрямки власними соціальними проектами.

Економічна відповідальність підприємства, як правило, прийнято асоціювати з місією фірми, здійсненням випуску продукції або наданням послуг, необхідних суспільству. Реалізація своєї місії, дозволяє задовольняти потреби суспільства та забезпечувати отримання прибутку як результату його діяльності. Місією КП «Володимирський ринок» є:

1. Задоволення потреб споживачів високоякісними товарами та послугами. Ми прагнемо перевищити очікування споживачів.

2. Надання можливості для повної самореалізації наших співробітників. Ми несемо відповідальність за визнання людської гідності працівників, їх долі в нашому успіху, відбір з їх числа продавців з професійними компетентностями щодо реалізації товарів, водночас, доброзичливих та комунікабельних, тих, хто створює позитивний імідж ринку.

3. Отримання прибутку. Однак ми не ставимо собі за мету отримання прибутку заради прибутку. Нам необхідний прибуток для власного розвитку і реалізації наших цілей.

4. Принесення користі суспільству, в якому ми працюємо. Ми реалізуємо це шляхом створення високих стандартів високопрофесійного торговельного бізнесу, наполегливої праці заради задоволення запитів наших споживачів, а також шляхом надання допомоги тим сферам суспільного життя, які цього потребують шляхом реалізації соціальних проектів.

До економічної відповідальності КП «Володимирський ринок» відносяться також наступні сфери:

- Реалізація економічних інтересів персоналу;
- Реалізація якісних товарів;
- Контроль якості продуктів у лабораторних умовах;
- Контроль постачальників на відповідність стандартам;

- Реалізація товарів для малозабезпечених громадян в «Соціальному гастрономі»;
- Організація сільськогосподарських ярмарок;
- Постачання товарів в дитячі садочки, медичні заклади, військові госпіталі, де лікуються бійці АТО.

Серед найбільш успішних соціальних проектів Володимирського ринку є постійно працюючий Соціальний магазин. Невеликий за розміром, але з великим вибором необхідних товарів, він багато років радує своїх покупців. У магазині представлений широкий асортимент молочної продукції, ковбас, хлібобулочних і кондитерських виробів, який задовольнить будь-який, навіть самий вимогливий смак. Товар на полицях магазину постійно оновлюється, тому покупці приносять додому свіжі та якісні продукти. Магазин відкривався в рамках державної програми, яка передбачала, що націнка на основний асортимент товарів не буде перевищувати 8-14,5%. Протягом всього часу система ціноутворення не змінювалася, тому товари є доступними багатьом киянам. Кожного ранку поспішають з сусідніх домівок робити покупки люди літнього віку, молоді мами та інші малозабезпечені верстви населення [3].

Наступним напрямком соціальної відповідальності є правова відповідальність, яка передбачає ведення законслухняності бізнесу в умовах розвитку ринкових відносин. Діяльність підприємств повинна відповідати очікуванням суспільства, зафіксованим у правових нормах. Правова відповідальність Володимирського ринку базується на безумовному дотриманні законів України, зокрема, «Про захист прав споживачів», а також розпорядчих документів місцевого органу управління – Київської міської державної адміністрації.

До етичної та екологічної соціальної відповідальності КП «Володимирський ринок» слід віднести встановлення етичних відносин підприємств торгівлі з діловими партнерами, постачальниками продукції, прийняття участі в різних акціях, спрямованих на охорону навколишнього середовища. Так, зокрема, 24 березня 2018 році Володимирський ринок долучився до акції Година Землі, вимкнувши о 20:30 світло на одну годину[4].

Це щорічна міжнародна екологічна ініціатива, яку проводить Всесвітній фонд дикої природи (WWF). Вона діє останньої суботи березня й закликає всіх вимкнути світло на одну годину, щоб знизити використання ресурсів землі, що негативно впливає на клімат та призводить до світлового забруднення.

Таким чином, соціальна відповідальність підприємства КП «Володимирський ринок» реалізується за трьома напрямками з урахуванням сучасних викликів розвитку світової роздрібної торгівлі і є важливим чинником для збереження стійкості розвитку свого торгового бренду.

Список використаних джерел:

1. Global retail trends 2018 / KPMG // Global Consumer & Retail. – 2018. – March / [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <https://assets.kpmg.com/content/dam/kpmg/xx/pdf/2018/03/global-retail-trends-2018.pdf>
2. Римар І. А., Бай С. І. Соціальна відповідальність підприємств торгівлі: світовий досвід і перспективи її нарощування в Україні / І. А. Римар, С. І.Бай // Науковий вісник Полтавського університету економіки і торгівлі. – 2010. – № 5 (44). – С.135-140.
3. Офіційний сайт КП «Володимирський ринок» / Новини [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <https://www.kpvr.com.ua/index.php?route=blog/latest&page=2>
4. Екологічна ініціатива на Володимирському ринку / Природоохоронна акція «Година Землі» [Електронний ресурс]. – Режим доступу: https://www.kpvr.com.ua/index.php?route=blog/article&article_id=140

СОЦІАЛЬНА ВІДПОВІДАЛЬНІСТЬ ЯК ЧИННИК ЕКОНОМІЧНОЇ БЕЗПЕКИ ПІДПРИЄМСТВА

Економічна безпека підприємства характеризує стан функціональних складових економіки підприємства та ступінь їх адекватності реальним умовам конкурентного ринку. Економічна безпека виявляє стан економіки підприємства, його ресурсів, функціональних складових та рівень їх захищеності при здійсненні господарської діяльності в умовах наявності внутрішніх та зовнішніх загроз [1].

Високий рівень економічної безпеки підприємства сприяє підвищенню його фінансової стійкості і, як наслідок, конкурентоспроможності. Сучасна інноваційна система економічної безпеки має комплексно протидіяти існуючим та можливим загрозам зовнішнього і внутрішнього середовища. Її успішна діяльність в значній мірі залежить від її здатності ефективно використовувати в своїй діяльності всі внутрішні ресурси підприємства [2].

Як відомо, персонал є головним внутрішнім ресурсом будь-якого підприємства. Саме він приводить в дію усі інші внутрішні ресурси та здійснює взаємодію з необхідними зовнішніми факторами виробництва. Якість, сумлінність, націленість на загальний кінцевий результат усіх рівнів персоналу суттєво впливає на рівень економічної безпеки підприємства [3]. А щира, відверта (а тому й ефективна) націленість більшості колективу на загальний кінцевий результат може мати місце лише на тих підприємствах, де панують взаємоповага, взаєморозуміння і єдність у досягненні головних цілей. Такі підприємства у сучасному світі прийнято називати соціально відповідальними компаніями.

Глобалізація світової економіки зумовила зародження в масштабах усього світового соціуму сучасної форми капіталізму. У роботі [4] автор наводить результати досліджень, які переконують у тому, що розвиток явищ, процесів, досягнень в соціально-трудовій сфері здійснюється адекватно змінам у світовій економіці в складному переплетенні суперечливих тенденцій. Одна з них: необхідність підвищення конкурентоспроможності економіки, створення умов для стійкого соціального розвитку вимагають від бізнесу більш активно застосовувати принципи соціальної відповідальності перед найманими працівниками.

Дієвим додатковим мотиватором сумлінної праці для робітників є усвідомлення того факту, що вони працюють в соціально відповідальній компанії. Корпоративна соціальна відповідальність – це адекватний відгук організації на очікування соціуму; це певний тип соціальних зобов'язань компанії перед працівниками, партнерами, державою, інститутами громадянського суспільства та суспільством у цілому [5].

Соціально відповідальні компанії характерні науково обґрунтованим справедливим ставленням до своїх працівників. Такі компанії мають зазвичай ефективні системи управління персоналом, які добре мотивують працівників на активну і креативну трудову діяльність: порівняно висока заробітна плата, додаткове матеріальне і моральне заохочення, об'єктивна оцінка результатів праці, соціальний пакет тощо.

Таким чином, одним з важливих чинників економічної безпеки підприємства є рівень його соціальної відповідальності. Вона створює умови збігу інтересів більшості членів колективу як партнерів, узгодженості дій співробітників-партнерів та рівноцінного їх внеску в загальну відповідальність.

Список використаних джерел:

1. Захаров О.І. Теоретичні основи забезпечення економічної безпеки підприємств // Вчені записки університету «КРОК», – 2012. – № 31. – С. 80–88. (Фахове видання)].
2. Захаров О.І. Механізм взаємодії в системі управління комплексним забезпеченням економічної безпеки / О.І. Захаров // Збірник наукових праць Черкаського державного технологічного університету, Серія: Економічні науки, Випуск №43, Частина 1. / Черкаси: ЧДУТ, 2016. – С. 49-58 (Фахове видання)].

3. Просянчук В.Л. Вдосконалення мотиваційних процесів праці в галузях економіки / В.Л. Просянчук, Л.А. Євчук // Матеріали конференції «Науковий потенціал «Миколаївської політехніки» науково – педагогічних працівників ВНЗ «Міжнародний технологічний університет «Миколаївська політехніка»: Миколаїв: ВНЗ МТУ «МП». – 07 травня 2014р. – С. 38-39.

4. Колот А.М. Соціально-трудова сфера в умовах глобальних викликів: тенденції, проблеми, можливості стійкого розвитку. – К.: КНЕУ, 2010.

5. Колот А.М. Корпоративна соціальна відповідальність: Еволюція та розвиток теоретичних поглядів. – К.: КНЕУ, 2010.

Садчиков О.О.,
магістрант,
Інститут бізнес-освіти
ДВНЗ «КНЕУ імені Вадима Гетьмана»

СОЦІАЛЬНА ВІДПОВІДАЛЬНІСТЬ ЄВРОПЕЙСЬКИХ ДОЧІРНИХ КОМПАНІЙ МАЛОГО МАСШТАБУ НА РИНКУ УКРАЇНИ

Як свідчить світовий досвід, успіх компаній залежить не лише від фінансової результативності їх діяльності, а й, чи не більше, від ставлення компанії до суспільства, прагнення брати активну участь у розвитку країни та вирішенні її найгостріших соціальних проблем. Іншими словами, від корпоративної соціальної політики, що є глобальним трендом сьогодення.

Про важливість інституту корпоративної соціальної відповідальності у сучасних соціальних системах країн світу свідчать, зокрема, висновки експертів агенції «Conference Board», згідно яких соціально відповідальні компанії демонструють нині значно кращі фінансово-господарські результати порівняно з компаніями, що не реалізують даний принцип у своїй діяльності, а саме: дохід на інвестований капітал вищий майже на 10%, дохід з активів – на 3,55%, дохід з продажів – на 2,79%, а прибуток – на 63,5% [1].

З огляду на традиції української доброчинності, питання корпоративної соціальної відповідальності (або соціальної відповідальності бізнесу, як вважають деякі експерти), стає нині вкрай актуальним нині для будь-якого регіону України.

Корпоративна соціальна відповідальність бізнесу – це концепція залучення соціальних і екологічних аспектів у діяльність бізнесу на засадах добровільності та взаємодії між різними зацікавленими сторонами (групами впливу); це внесок бізнесу у досягнення цілей сталого розвитку, який передбачає збалансованість економічних, соціальних та екологічних цілей суспільства, інтеграцію їх у взаємовигідні приписи та підходи; це спосіб покращити ефективність роботи компанії як у короткостроковому, так і довготривалому періодах. Соціальна відповідальність є добровільною ініціативою (хоч є країни, для яких принципи соціальної відповідальності обов'язкові), і для її повноцінної реалізації важливо, як компанії взаємодіють з внутрішніми та зовнішніми групами впливу (працівниками, клієнтами, громадами, громадськими організаціями, державними та міжнародними структурами тощо) [2].

На думку експертів, саме від самоорганізації компаній залежатиме ефективність соціальної відповідальності. Адже хоч держава і веде діалог з бізнесом, однак законодавчі принципи й регламенти, запроваджені владою, – це одне, і їх, безперечно, необхідно дотримуватись, але не плутати з індивідуальними корпоративними соціальними принципами компаній, до яких українському бізнесу ще потрібно прагнути. Адже поки що в Україні більшість компаній (як великих, так і середніх) не мають визначеної стратегії соціальної відповідальності і перебувають на етапі дотримання законодавства та "точкових" доброчинних проектів. Лідери українського бізнесу, зокрема, приватної форми власності, здійснюють активну доброчинну діяльність (стратегічне благодійництво) та використовують інструментарій зв'язків з громадськістю (PR). Майже всі великі компанії проводять проекти підвищення ефективності бізнес-процесів із певними соціальними або екологічними перевагами, однак більшість не робить прив'язки таких бізнес-проектів до власної соціальної відповідальності, – вважають експерти [3].

Що стосується європейських дочірніх компаній малого бізнесу, то безумовно вони відображають свою соціальну позицію, яка затверджена материнськими компаніями, але дуже часто, із-за обмеженості ресурсів не мають змоги долучитися до глобальних соціальних акцій, які проводяться материнськими компаніями в своїх країнах або великими та середніми компаніями на території України.

Наряду з основними завданнями соціальної відповідальності, такими як репутація фірми, якість продукції, задоволеність персоналу та інших стейкхолдерів, одними з головних соціальних проблем, на вирішення яких, намагаються впливати більшість європейських дочірніх компаній є корупція, яка зустрічається як у владних структурних підрозділах так і на приватних підприємствах. Компанії, захищаючи свою честь, не розділяють випадків хабарництва, та як наслідок, рапортують в інституції по боротьбі з корупцією державних органів або відмовлять в подальшій співпраці з підприємствами. Проблеми корупції створюють недобросовісну конкуренцію, в результаті якої страждає кінцевий споживач, оскільки вартість продукту, низької або середньої якості, може бути значно вищою за продукт високої якості, а саме низька якість продукту в подальшому може вплинути на здоров'я людей.

Список використаних джерел:

1. www.conference-board.org/economics
2. Комарова К.В. Соціальна відповідальність як складова стратегії розвитку бізнесу на підприємствах України. – електронний ресурс: [http://irbis-nbuv.gov.ua/cgi-bin/irbis_nbuv/znpstdau_2013_2\(2\)10.pdf](http://irbis-nbuv.gov.ua/cgi-bin/irbis_nbuv/znpstdau_2013_2(2)10.pdf)
3. Гоголя О.П. Соціальна відповідальність бізнесу / О.П. Гоголя, І.П. Кудінова. – К. : Видавництво Національного університету біоресурсів та природокористування України, 2008. – 79 с
4. Котлер Ф. Корпоративна соціальна відповідальність. Як зробити якомога більше добра для вашої компанії та суспільства / Ф. Котлер, Н. Лі ; Пер. з англ. С. Яринич. – К. : Стандарт, 2005. – 302 с.
5. Стратегія сприяння розвитку соціальної відповідальності бізнесу в Україні на період до 2020 року. – офіційний сайт [Електронний ресурс] – Режим доступу: http://www.svb.org.ua/sites/default/files/201309_strategiya_spriannya_rozvitku_svb_v_ukrayini.pdf.

*Соловійова А.А.,
магістрант,
Інститут бізнес-освіти
ДВНЗ «КНЕУ імені Вадима Гетьмана»*

УКРАЇНСЬКІ РЕАЛІЇ СОЦІАЛЬНОЇ ВІДПОВІДАЛЬНОСТІ БІЗНЕСУ

Поняття соціальної відповідальності все більше на слуху в українського бізнесу. Але чи всі розуміють у чому полягає її суть чи це лише «челендж» сьогодення? Бізнес та організації не здійснюють свою діяльність у вакуумі. Критичним показником ефективності їх функціонування є їх відношення до середовища, яке їх оточує, наскільки етично та прозоро вони діють по відношенню до суспільства, чи включають до компетенції питання підтримки правоохоронних, освітньо-культурних заходів, розвитку соціальної інфраструктури, етичної взаємодії із постачальниками, споживачами, стекхолдерами.

Соціальну відповідальність, як нову практику для українського бізнесу, можна розглядати у двох вимірах:

1. Соціальна відповідальність як обов'язок особистості, менеджменту, організації, державної структури приймати рішення і робити дії, які підвищують рівень добробуту, відповідають інтересам як суспільства, компанії, громади, так і кожної окремої людини, що відображає етико-моральний аспект суспільних відносин.

2. Соціальна відповідальність як універсальна форма зв'язку і взаємозалежності особистості, держави та суспільства, їх спроможності оцінити наслідки своєї діяльності для сталого суспільного розвитку «відображає ціннісно – правовий аспект суспільних відносин» [1,с.68].

В Україні діє низка законів, що покликані регулювати діяльність в частині соціально відповідальної поведінки компаній, однак вони окреслюють обов'язки підприємств та не торкаються їх добровільних ініціатив. Недоліком є те, що законодавство України не дає визначення соціальної відповідальності. Бізнес не розуміє до кінця, що ж таке соціальна відповідальність, а декларативні законодавчі норми, що стосуються її на практиці не діють [2, с.111].

Однак, компанії, які розуміють важливість включення до свої компетенції принципів соціальної відповідальності керуються в своїй діяльності ISO 26000. ISO 26000 є міжнародним стандартом ISO, який дає рекомендації щодо соціальної відповідальності та призначений для використання організаціями усіх форм власності, як у державному так і в приватному секторі, в розвинених країнах і країнах з перехідною економікою [3].

Необхідно наголосити на тому, що стандарт ISO 26000 має рекомендаційний характер, адже соціальна відповідальність це перш за все, справа добровільна. А тому, цей стандарт не містить обов'язкових вимог та не використовується в якості стандарту сертифікації, як інші управлінські стандарти ISO. Однак, ISO 26000 розроблений не тільки для бізнесу, але й для громадських організацій, профспілок, органів державної влади та місцевого самоврядування.

Відповідно до стандарту ISO 26000:2010 соціальна відповідальність розглядається за такими основними аспектами:

- Організаційне управління.
- Права людини.
- Трудові практики.
- Навколишнє середовище
- Добросовісні ділові практики.
- Проблеми, пов'язані із споживачами.
- Соціально – економічний розвиток суспільства [3].

Діяльність підприємства, щодо зазначених вище практик повинна базуватися на принципах соціальної відповідальності. Підприємству необхідно визначати, які проблеми існують по кожному аспекту, визначати короткострокові та довгострокові цілі для їх вирішення, а також контролювати їх виконання.

Нажаль, сьогодні навіть проект ДСТУ «Системи управління соціальною відповідальністю вимоги», який був розроблений з огляду на структуру та вимоги стандартів проекту ISO 26000, ISO 9002:2008 (система управління якістю), ISO 14001:2004 (системи менеджменту навколишнього середовища), SA 8000:2001 (соціальна відповідальність) так і залишився не ухваленим. Ухвалення цього проекту є важливим для сприяння інтеграції у вже існуючої системи підприємств та організацій системи управління соціальною відповідальністю [4,с.19].

Висновки. Виконуючи основні принципи соціальної відповідальності підприємства, установи, організації в Україні повинні демонструвати власне бажання нести відповідальність та бути підзвітними за вплив їх діяльності та рішень на суспільство й навколишнє середовище. Допоки соціальна відповідальність бізнесу в Україні буде залишатися фундаментально альтруїстичною в своєму розумінні та не закріплена на державному рівні, вона навряд чи буде розглядатися як ядро бізнесу, або у глобальному масштабі, як основа діяльності всіх суб'єктів підприємницької діяльності для забезпечення вирішення найважливіших соціальних проблем.

Список використаних джерел:

1. Фурса М. Розвиток корпоративної соціальної відповідальності в Україні: державно-управлінський аспект. Збірник наукових праць. «Ефективність державного управління». – 2012 – Вип.30 – С. 66-74.
2. Петрашко Л.П. Вітчизняна модель корпоративної соціальної відповідальності: оцінка формування, становлення та розвитку / Л.П.Петрашко // Ученые записки Крымского инженерно-педагогического университета. – 2011. – Вып.30. – С. 109–115. – Режим доступа: http://nbuv.gov.ua/UJRN/VzKipu_2011_30_26.
3. ISO/DIS 26000: Guidance on social responsibility. – [Електронний ресурс]. – Режим доступа: <http://www.iso.org>.

4. Пивоваров К.В. Застосування принципів корпоративної соціальної відповідальності в органах державного контролю України/ДонУУ.Менеджер. – 2014. – №1. – С.15-20.

*Стожок А.Ю.,
магістрант,
ДВНЗ «КНЕУ імені Вадима Гетьмана»*

СОЦІАЛЬНИЙ ІНТЕРЕС ЯК ФАКТОР РОЗВИТКУ СОЦІАЛЬНОЇ ВІДПОВІДАЛЬНОСТІ

Сучасне соціально-економічне становище в країні свідчить про неспроможність держави вирішити соціальні проблеми, ліквідувати нерівність в доходах, забезпечити соціальну стабільність. Відповідно, активізується потреба в розширенні кола суб'єктів та межі відповідальності у вирішенні зазначеного. Як зазначає професор А.М.Колот, «інститути економіки і суспільства повинні розглядали корпоративну соціальну відповідальність як одну з першооснов забезпечення стійкого соціально-економічного розвитку» [1, С. 9]. Погоджуємося, що даний напрям дослідження, з одного боку, не є новим, а з іншого, не є і завершеним. Оскільки в умовах децентралізації і появи нових соціальних ризиків, загострення нерівності і посилення нестабільності в державі потребують дослідження питання функціонування соціальної відповідальності на корпоративному та індивідуальному рівнях.

Наукова школа науковців-трудовиків ДВНЗ «Київський національний економічний університет імені Вадима Гетьмана» акцентує увагу на тому, що соціальна відповідальність «(держави, бізнесу, інститутів громадянського суспільства, людини) як особливий вид суспільних відносин і закономірний результат розвинутої соціально орієнтованої економіки є водночас важливим показником економічної, соціальної й політичної зрілості суспільства»[2, С. 484]. Не менш важливою є позиція науковців, які розглядають соціальну відповідальність як «відповідальність суб'єкта громадянського суспільства (держави, владних структур, підприємств, інституцій, громадян) за інтегровану суспільну корисність їх діяльності» [3, С. 8].

На нашу думку, соціальна відповідальність – це система взаємовідносин і взаємодій усіх учасників з метою узгодження їх інтересів. Відповідно, основою виникнення соціальної відповідальності є соціальні норми, які направлені на забезпечення соціального добробуту суспільства, необхідного рівня і якості життя людей, на вирішення соціальних проблем. Реалізація зазначеного передбачає виконання завдань і функцій суб'єктами відносин, виходячи з статусу, який вони займають в суспільстві. Можна стверджувати, що інтереси є одним із факторів ефективності соціальної відповідальності, а соціальні заходи – ключовими елементами управління соціальними ризиками. Інтерес, з одного боку, виступає спонукальним мотивом соціальних дій, а з іншого – формою, у якій суб'єкти усвідомлюють свій соціальний стан і потреби [4, С. 67].

На нашу думку, соціальний інтерес це форма вираження потреб суб'єкта соціальної відповідальності у захисті свої інтересів. Вважаємо, що основними суб'єктами соціальної відповідальності з урахуванням наявності нових соціальних ризиків є держава, роботодавець, працівник і суспільство.

Головними інтересами держави (з метою зміцнення авторитету) є вирішення соціальних проблем, подолання нерівності в доходах; контроль над соціальною ситуацією на регіональному рівні, соціально-економічний розвиток регіону; забезпечення безперервного функціонування регіонального ринку праці. Враховуючи масштабність соціальних проблем, держава розглядає бізнес в ролі добровільно-примусових партнерів у вирішенні соціальних проблем. На нашу думку, це не є вирішенням проблем, оскільки саме держава повинна нести відповідальність за наявність нерівності в багатствах і доходах. Роботодавці, отримуючи статус соціально відповідальних покращують власний імідж, умови праці, контролюють плинність кадрів, закріплюють позиції на ринку, мінімізують ризики у соціальній сфері, налагоджують відносини з державою, забезпечуючи цим комфортні умови для бізнесу. Працівники, намагаючись досягти необхідного рівня та якості життя, мають наступні інтереси: наявність соціального пакету, захист життя і здоров'я, покращення умов праці, гідна оплата праці, розвиток особистості, участь у суспільному розвитку. Для суспільства соціальна відповідальність це стійкий розвиток шляхом зменшення соціальної напруги,

відновленням соціальної інфраструктури, створення робочих місць, соціальних об'єктів, підтримки освіти, культури та спорту, забезпечення охорони здоров'я, захисту навколишнього середовища.

Підводячи підсумок, можна сказати, що сьогодні для забезпечення відповідності між теоретичними та практичними аспектами розвитку соціальної відповідальності суспільство повинно формувати не лише орієнтири розвитку держави та бізнесу, а й здійснювати контроль за діяльністю даних елементів. Незважаючи на політичну, соціально-економічну нестабільність в країні, що породжує неможливість, суб'єкти (стейкхолдери), маючи власні інтереси, які здебільшого переплітаються, повинні узгоджено взаємодіяти і робити внесок у розвиток соціальної відповідальності з метою забезпечення стабільності і добробуту в країні.

Список використаних джерел

1. Колот А.М. Корпоративна соціальна відповідальність і проблеми її сприймання суспільством / А.М. Колот // Соціально-трудова відносина: теорія та практика. – 2013. – №2. – С.6-15
2. Соціальна відповідальність: теорія і практика розвитку: монографія/ [А. М. Колот, О. А. Грішнова та ін.]; за наук. ред. д-ра екон. наук, проф. А. М. Колота. — К. : КНЕУ, 2012. — 501 с.
3. Грішнова О.А., Міщук Г.Ю., Олійник О.О. Соціальна відповідальність у трудових відносинах: теорія, практика, регулювання ризиків: монографія – Рівне: НУВГП, – 2014. —216 с.
4. Мартинюк І., Соболева Н. Соціальні інтереси: перспективи соціологічного дослідження / І. Мартинюк, Н.Соболева // [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://dspace.nbuiv.gov.ua/bitstream/handle/123456789/28818/05-Martyniuk.pdf?sequence=1> – Назва з екрану. – Дата звернення: 30.09.2018

*Федорова В.В.,
магістрант,
Інститут бізнес-освіти
ДВНЗ «КНЕУ імені Вадима Гетьмана»*

КОДЕКС ЕТИКИ В ПРОФЕСІЙНІЙ ДІЯЛЬНОСТІ БУХГАЛТЕРА І АУДИТОРА

Вкрай вагомою особливістю професійної діяльності працівників бухгалтерської та аудиторської професій є те, що довіра до результатів та наслідків їх діяльності безпосереднім чином перебуває в залежності від чіткого дотримання етичних вимог до їх професії, основою визначення яких є Кодекс етики МФБ (Міжнародної федерації бухгалтерів). Саме ним встановлено стандарти поведінки обліковців та аудиторів при провадженні ними професійної діяльності.

Кодекс чітко структурований та складається із передмови та 3-х частин [1]. В частині А визначені основоположні принципи професійної етики бухгалтерів та подана концептуальна основа, якої мають обов'язково дотримуватися всі представники зазначеної професії.

Частина Б містить інформацію стосовно професійних бухгалтерів-практиків, тобто тих, які працюють у компаніях, що спеціалізуються в наданні спеціалізованих послуг. Частина В присвячена професійним бухгалтерам – практикам у бізнесі, тобто штатним бухгалтерам.

Отже, частина Б та В зазначеного Кодексу надають пояснення, як застосовувати концептуальну основу у конкретних практичних ситуаціях.

Кодексом встановлено вимогу, що професійний бухгалтер повинен дотримуватися низки основоположних принципів (рис.1).

Федерація професійних бухгалтерів и аудиторів України, будучи членом Міжнародної федерації бухгалтерів (МФБ), прагне реалізувати завдання МФБ щодо впровадження стандартів професійної етики бухгалтерів.

В таких умовах професійна етика стає важливим фактором життя організацій і суспільства в цілому. Наприклад, у корпоративній Америці етика стала активом в балансі підприємств. В результаті чого, бухгалтер прагне навести міст над прірвою між громадським та приватним обличчям компанії, між декларованою і реальною її діяльністю [3].

В професійній діяльності бухгалтерів можуть виникнути обставини, які, на жаль, призводять до створення загроз дотримання основоположних принципів професійної етики, як-то професійних бухгалтерів в бізнесі, так і бухгалтерів-практиків.

Кодексом етики професійних бухгалтерів встановлено вимоги до професійного бухгалтера та аудитора виявляти, здійснювати оцінку та проводити аналіз загроз дотримання фундаментальних принципів. До них належать: загрози власного інтересу, загрози захисту, загрози власної оцінки, загрози тиску та загрози особистих стосунків [4].

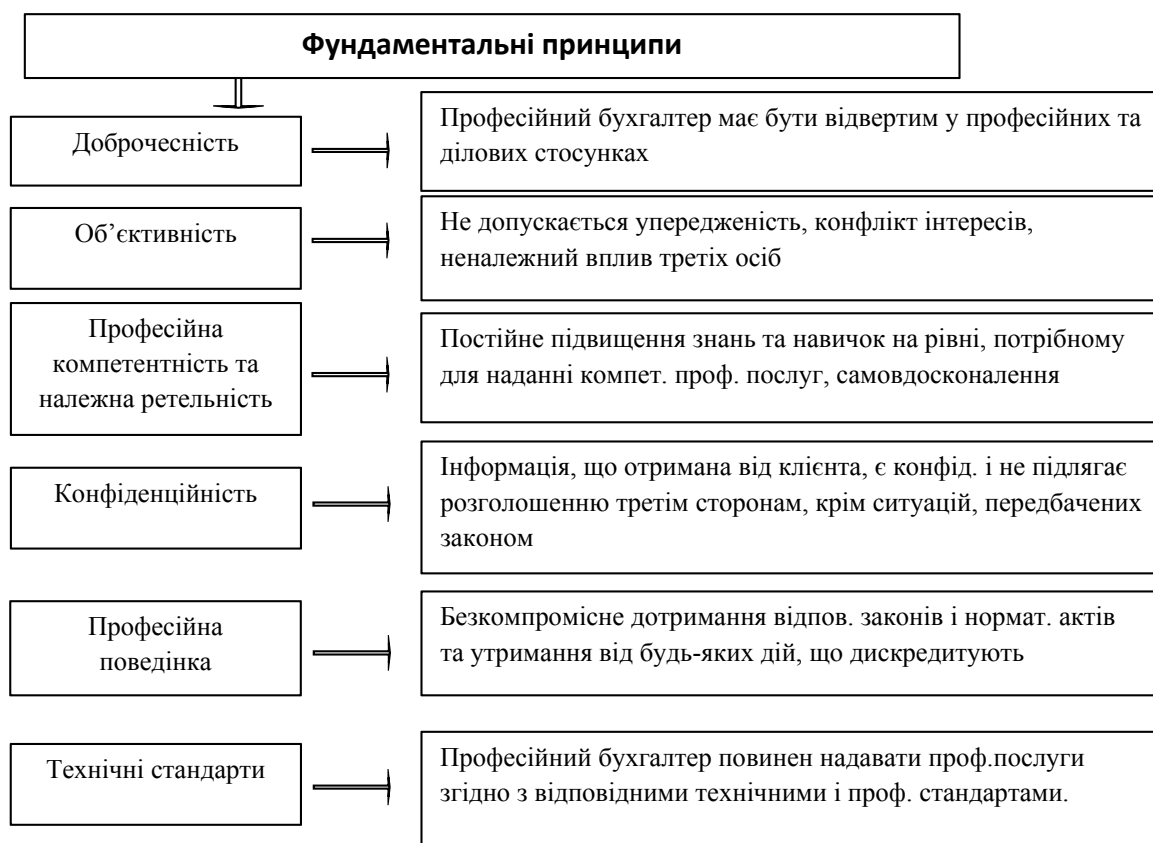


Рис. 1. Фундаментальні принципи професійної етики бухгалтерів [3, с. 712]

У випадку, якщо загрози є неприйнятними, потрібно застосовувати застережні заходи, які мають на меті їх зменшення до прийнятного рівня або ж повне усунення. Зазначені застережні заходи поділяються на дві категорії:

- застережні заходи, що встановлюють професійні організації, нормативно-правові акти;
- застережні заходи в робочому середовищі.

Перша категорія заходів містить:

- освітні вимоги, вимоги до професійної підготовки і досвід, необхідний для набуття статусу професійного спеціаліста з обліку чи аудиту;
- вимоги стосовно удосконалення бухгалтерських знань;
- нормативно-правові акти стосовно управління корпораціями;
- стандарти, що стосуються безпосередньо професії;
- моніторинг та процедури дисциплінарного характеру;
- перевірка звітів ззовні, декларацій, інформації, що була безпосередньо підготовлена спеціалістом даного напрямку, вповноваженою третьою особою.

Застережні заходи, забезпечені робочим середовищем, перебувають у залежності від певних обставин. Вони включають: заходи, що поширюються на всю фірму та заходи, що стосуються конкретного завдання.

Таким чином, Кодекс етики професійних бухгалтерів визначає основоположні принципи професійної етики бухгалтерів, характеризує обставини, які можуть здійснити вплив на дотримання етики працівниками даної професії. Окрім того, він містить вимоги стосовно окремих елементів діяльності бухгалтерів та аудиторів, зокрема гонорарів, надання висновків і т.і.

Список використаних джерел:

1. Кодекс етики професійних бухгалтерів. – [Електронний ресурс]. – Режим доступу : <http://195.78.68.18/minfin/document/81073/D6.pdf>
2. Балазюк О.Ю. Професійна етика бухгалтера в контексті реформування бухгалтерського обліку в Україні / О.Ю.Балазюк // Бухгалтерський облік, аналіз та аудит. – вип. 10. – 2017. – С. 710-714.
3. Хахонова Н.Н. Концептуальні аспекти моделі поведінки аудитора та аудиторської організації, передбаченої Кодексом етики аудиторів /Хахонова Н.Н.// Облік і статистика. – 2011. – № 1 (21). – с. 66-74.
4. Бралатан В. П. Професійна етика [Текст]: Навч. посіб. / В.П.Бралатан, Л.В. Гуцаленко, Н.Г.Здирко. – К.: Центр учбової літератури, 2016. – 252 с.

*Чакалова К.О.,
аспірантка,
ДВНЗ «КНЕУ імені Вадима Гетьмана»*

СОЦІАЛЬНА ВІДПОВІДАЛЬНІСТЬ БІЗНЕСУ НА ВНУТРІШНЬОМУ РИНКУ ПРАЦІ

З кожним роком питання соціальної відповідальності бізнесу стають все актуальнішими, в тому числі і для України, що пов'язано з такими основними причинами, як вплив з боку зовнішнього середовища, зростання вимог працівників до компанії-роботодавця (необхідність гідного робочого місця, справедливої винагороди за працю тощо), поширення принципів відкритості й прозорості діяльності компанії (інформація про функціонування компанії є доступною для працівників і споживачів) та ін. [1, с. 51].

Соціальна відповідальність бізнесу складається з таких компонентів:

- Відповідальний виробник (вироблення якісної, нешкідливої продукції, незавищення ціни на неї, турбота про навколишнє середовище);
- Відповідальний роботодавець (дотримання норм трудового права, забезпечення гідних умов праці та соціального добробуту працівників);
- Відповідальний учасник соціальних відносин (підтримання добробуту суспільства, добродійність щодо сиріт, інвалідів та інших соціально вразливих груп населення, підтримання духовності, освіти, науки, культури);
- Відповідальний учасник економічних і політичних відносин з державою (сплата податків та внесків на соціальне страхування, веде діяльність згідно з нормами чинного законодавства, уникає корупції, забезпечує прозорість корпоративних фінансів);
- Відповідальний діловий партнер (додержання договорів, угод і професійних стандартів діяльності, фінансової відповідальності) [1, с. 61].

На внутрішньому ринку праці (ринку праці підприємства) ключовою постає складова «Відповідальний роботодавець» соціальної відповідальності бізнесу. Дещо по різному дане поняття розуміють основні суб'єкти внутрішнього ринку праці: роботодавці та працівники. Так, роботодавці передусім схильні розуміти соціальну відповідальність бізнесу як розвиток свого бізнесу, сумлінну сплату податків, непорушення законів і своєчасну виплату заробітної плати працівникам. Працівники під соціальною відповідальністю бізнесу розуміють соціальну політику підприємства (від простого виконання законів у сфері організації й оплати праці й аж до патерналістського уявлення про господаря, що по-батьківськи опікується проблемами своїх працівників) [1, с. 52].

Соціальна відповідальність бізнесу на внутрішньому ринку праці тісно пов'язана з концепції гідної праці, що означає затвердження таких базових цінностей у сфері праці як свобода працівників, їх рівність і гідність, якісна й продуктивна праця, відповідний і справедливий дохід, пристойний соціальний захист, безпека умов праці, повага до прав трудящих, можливість приймати рішення щодо трудових відносин у процесі соціального діалогу. Реалізація даної концепції відбувається завдяки системі управління персоналом на підприємстві та корпоративною культурою [2, с. 88].

Управління персоналом являє собою провідну функцію управління організацією; системно організований процес залучення, розвитку та використання працівників для досягнення цілей

організації [3, с. 624]. Основними складовими системи управління персоналом, які висвітлюють соціальну відповідальність бізнесу є: планування і прогнозування персоналу, професійний добір працівників на вакантні робочі місця, навчання працівників і управління трудовою кар'єрою, організація та обслуговування робочих місць, реалізація ефективної системи мотивування працівників, управління охороною праці та гуманізація праці, управління соціальним розвитком і соціальним захистом працівників, моніторинг ефективності управління персоналом.

Корпоративна культура являє собою систему цінностей, переконань, вірувань, уявлень, очікувань, символів, а також ділових принципів, норм поведінки, традицій, ритуалів, які склалися в організації за час діяльності та які визначаються більшістю співробітників [3, с. 618]. Виділяють три рівні корпоративної культури [3, с. 131; 4, с. 30]:

1. Видимий рівень або рівень артефактів (мова, стиль (в одязі), інтер'єр, манери спілкування, емоційна атмосфера, міфи та історія, ритуали, фізичні символи, церемонії, видима поведінка персоналу і відповідні організаційні процеси тощо).

2. Проміжний рівень або рівень проголошених цінностей (цінності, норми і правила поведінки, ідеологія, організаційна філософія).

3. Невидимий рівень або рівень базових уявлень (підсвідомі, очевидні переконання, особливості сприйняття, думки і почуття, загальне ставлення до людини і роботи).

Таким чином, можна стверджувати, що соціальна відповідальність займає важливе місце на внутрішньому ринку праці і тісно пов'язана з концепцією гідної праці, а система управління персоналом та корпоративна культура є інструментами реалізації гідної праці та соціальної відповідальності в організації.

Список використаних джерел:

1. Соціальна відповідальність: теорія і практика розвитку : монографія / [А.М. Колот, О.А. Грішнова та ін.]; за науку редю д-ра екон. Наук, проф. А.М. Колота. — К. : КНЕУ, 2012. — 501, [3] с.

2. Гідна праця: імперативи, українські реалії, механізми забезпечення : монографія / М-во освіти і науки України, ДВНЗ «Київ. нац. екон. ун-т ім. Вадима Гетьмана» ; [А. М. Колот, В. М. Данюк, О. О. Герасименко та ін.] ; за наук. ред. А. М. Колота. – Київ : КНЕУ, 2017. – 504 с.

3. Управління персоналом : підручник / [В. М. Данюк, А. М. Колот, Г. С. Суков та ін.] ; за заг. та наук. ред. к.е.н., проф. В. М. Данюка. К. : КНЕУ; Краматорськ : НКМЗ, 2013. – 666, [6] с.

4. Тарасова О. В. Корпоративна культура як інструмент ефективного менеджменту підприємства / О. В. Тарасова, С. С. Марінова // Економіка харчової промисловості. – 2013. – № 3. – С. 28-32.

*Шевчук І. А.
магістрант,
Інститут бізнес-освіти
ДВНЗ «КНЕУ імені Вадима Гетьмана»*

ЕКОЛОГІЧНИЙ СЛІД – ВІД ГЛОБАЛЬНИХ ПРАКТИК ДО НЕСТАБІЛЬНИХ РИНКІВ

Міжнародна Фінансова Корпорація (далі по тексту МФК), член Групи Світового банку, є найбільшим інститутом глобального розвитку, орієнтованим на приватний сектор у країнах, що розвиваються. Заснована в 1956 році. Штаб-квартира — Вашингтон. Нараховує 184 країни-члени, серед них Україна (з 1993 р.). Політика МФК щодо екологічного сліду спрямована на те, щоб зробити стійкість невід'ємною частиною внутрішньої господарської діяльності, слідуючи тим же екологічним і соціальним стандартам, дотримання яких вимагає від своїх клієнтів.

Втілення стратегії Екологічного сліду в умовах глобальної розгалуженості Корпорації:

Група Світового банку контролює екологічні, соціальні та економічні наслідки своєї внутрішньокорпоративної діяльності та рішень. Вона ставить своїм завданням домогтися позитивного загального впливу на екосистеми, громади та економіку країн, в яких розташовані представництва. Зокрема:

Будинки, що відповідають екологічним стандартам. Нову будівлю Банку в Лаоській НДР було відзначено платиновою «Зеленоюмаркою» за його екологічні характеристики, зокрема, використання сонячної енергії, збір дощової води, установку сенсорів штучного освітлення, утилізацію стічних вод і утилізацію сміття. Будівлі представництва було присвоєно «золоту» сертифікаційну категорію відповідності стандарту LEED для комерційних приміщень. На сьогодні дев'ять будівель Групи Світового банку мають сертифікати відповідності екологічним стандартам.

Раціональне використання енергії. З метою підвищення ефективності були скасовані три центри збору і обробки даних, встановлено світлодіодне освітлення і регулятори сили світла на сходових клітинах, а також світлодіодні світильники і сенсори освітлення. Це забезпечило зниження енергоспоживання на 7 відсотків. Крім того, в деяких представництвах були встановлені системи освітлення, що працюють на сонячній енергії.

Раціональне використання води. Створені пункти розливу води, в яких води організовано видалення з води свинцю та інших потенційних забруднюючих речовин і налагоджений облік кількості замінних пляшок одноразового використання. У будівлі в Найробі організований збір дощової води, яка використовується для поливу і зовнішнього прибирання.

Раціональна утилізація відходів. Почала діяти нова програма утилізації сміття, що передбачає єдині стандарти організації точок сортування відходів в зонах загального користування, в тому числі установку баків для компосту, в результаті на звалища не надходить до 75 % сміття, а кількість зібраного компосту зросла майже на 500 %. Крім цього, проводяться кампанії із закликом до співробітників користуватися тільки багаторазовим посудом і столовими приборами, з тим щоб скоротити використання одноразових упаковок.

Розширення масштабів діяльності в районах, які страждають від нестабільності, конфліктів і насильства. Стратегія передбачає істотне розширення масштабів роботи в найбідніших країнах світу, а також в державах, які страждають від нестабільності, конфліктів і насильства. Для таких працівників організовується спеціальне навчання, розширюються можливості кар'єрного росту, забезпечується повна компенсація, і вживаються заходи щодо забезпечення захисту, безпеки і благополуччя співробітників та їх сімей, які перебувають в районах, які страждають від нестабільності, конфліктів і насильства.

Вплив на свідомість громадян країн, що знаходяться за межею бідності та не розглядають питання екологічного сліду, як такі, що мають значення на даному етапі їх розвитку:

Розвиток партнерських зв'язків в інтересах впливу на розвиток.

Група світового банку сформувала коаліцію за участю урядів країн-донорів і позичальників, членів громадянського суспільства, релігійних організацій та лідерів громадської думки, завдяки чому, в результаті, було забезпечено рекордне залучення коштів – 75 млрд дол. США.

Рішення найгостріших проблем: зміна клімату, розвиток людського капіталу та нестабільність Група світового банку продовжує виступати за прискорене прийняття в світовому масштабі узгоджених заходів з надання допомоги країнам з низьким і середнім рівнем доходу і країнам, що розвиваються у вирішенні проблеми зміни клімату, зокрема, представивши новий План дій по боротьбі зі зміною клімату для регіону Близького Сходу і Північної Африки і доповідь про підвищення готовності країн, що розвиваються до стихійних лих.

Взаємодія з багатосторонніми організаціями, громадянським суспільством, парламентаріями і фондами. Група світового банку розширила масштаби своєї співпраці з Організацією Об'єднаних Націй у вирішенні найгостріших проблем, включаючи проблеми нестабільних і порушених конфліктами територій, біженців, голоду і пандемій. На прохання Німеччини в період її головування в «Групі двадцяти» Група світового банку очолила роботу по стимулюванню сталого економічного розвитку країн Африки в інтересах всіх верств їх населення, сформулювала принципи розширеного залучення фінансових коштів приватного сектора і відіграла провідну роль в зусиллях по розширенню прав і можливостей жінок в економічній сфері. В період головування Італії в «Групі семи», зокрема, зіграла головну роль в підвищенні дієвості координації зусиль міжнародних фінансових установ, включаючи забезпечення належної віддачі від діяльності багатосторонніх банків розвитку (МБР).

Роль громадянського суспільства в процесі розвитку і в забезпеченні підзвітності та прозорості сьогодні важлива як ніколи. Прикладом зусиль Група світового банку по взаємодії із зацікавленими сторонами на рівні країн служать семінари-практикуми, організовані нею спільно з

організаціями громадянського суспільства та релігійними організаціями в 35 з 48 країн Африки на південь від Сахари.

На сьогодні Група світового банку підтримує партнерські відносини з майже 100 фондами в усіх регіонах світу. Фонд Білла і Мелінди Гейтс є найбільшим благодійним фондом, з коштів якого фінансуються програми і проекти Групи світового банку в таких областях, як сільське господарство, охорона здоров'я і харчування, водопостачання і санітарія, охоплення фінансовими послугами та гендерна рівність. Іншими важливими партнерами з числа благодійних організацій є Фонд Організації Об'єднаних Націй, Фонд Мастеркард, Дитячий інвестиційний фонд, Фонд Вільяма і Флори Хьюлетт, Мережа розвитку Ага Хана, Благодійний фонд Блумберга і Фонд «Відкрите суспільство».

Таким чином, Група світового банку, частиною якої є й Міжнародна фінансова корпорація, впливає та забезпечує соціальну відповідальність одразу у всіх її напрямках, більш того – це один з аспектів, що МФК оцінює під час розгляду заявок на участь у проектах від потенційних клієнтів. Така поведінка МФК забезпечує не лише вплив на діяльність самої організації, а й на її працівників та усього зовнішнього середовище, що робить внесок на глобальному рівні.

Список використаних джерел:

1. МФК FY18 Budget [Електронний ресурс] // Міжнародна фінансова корпорація. – 2016. – Режим доступу до ресурсу: http://www.МФК.org/wps/wcm/connect/0ea989a9-dc74-43c7-969c-671d06c0c5a6/МФК-FY18-Budget-Implementing-МФК-3_0.pdf?MOD=AJPERES

2. Performance standards 2012 [Електронний ресурс] // Міжнародна фінансова корпорація. – 2018. – Режим доступу до ресурсу: http://www.МФК.org/wps/wcm/connect/Topics_Ext_Content/МФК_External_Corporate_Site/Sustainability-At-МФК/Policies-Standards/Performance-Standards

3. Річний звіт 2016 [Електронний ресурс] // Група світового банку. – 2016. – Режим доступу до ресурсу: www.worldbank.org.

4. Річний звіт 2017 [Електронний ресурс] // Група світового банку. – 2017. – Режим доступу до ресурсу: www.worldbank.org.

СЕКЦІЯ 3. ПРАВОВІ АСПЕКТИ РОЗВИТКУ НАЦІОНАЛЬНОЇ ТА МІЖНАРОДНОЇ ЕКОНОМІКИ

*Дулінець Т.Є.,
магістрант,
Інститут бізнес-освіти
ДВНЗ «КНЕУ імені Вадима Гетьмана»*

ЗНИЖЕННЯ ЧИСТИХ АКТИВІВ ТОВ ДО НУЛЯ ПЕРЕТВОРЮЄ ВСІ ПРАВОЧИНИ У ЗНАЧНІ

Стаття 44 Закону України «Про товариства з обмеженою та додатковою відповідальністю» від 06 лютого 2018 року № 2275-VIII (надалі – Закон № 2275-VIII) надає право встановлювати у статуті товариства з обмеженою відповідальністю особливий порядок надання згоди уповноваженими на те органами товариства на вчинення певних правочинів залежно від вартості предмета правочину чи інших критеріїв, визначаючи їх як значні правочини.

Поняття «значний правочин» не нове для українського права. Вперше воно з'явилося у 2008 році в Законі України «Про акціонерні товариства», де під значним правочином розуміється правочин ..., учинений акціонерним товариством, якщо ринкова вартість майна (робіт, послуг), що є його предметом, становить 10 і більше відсотків вартості активів товариства, за даними останньої річної фінансової звітності.

Для товариств з обмеженою відповідальністю законодавець встановив більш диспозитивну норму, яка дозволяє товариству на свій розсуд визначати критерії значності правочинів, не обмежуючись фактором ціни правочину (або взагалі не визначати). Крім того, закон не називає органів, які можуть приймати рішення про надання згоди, тому ними можуть бути не лише загальні збори учасників, але й інші органи чи посадові особи.

Відтак, значним правочином може бути не лише правочин, вартість якого перевищує визначене статутом значення. Це можуть бути і правочини певного типу: застава, іпотека, гарантія тощо. Тобто, статутом товариства з обмеженою відповідальністю можна визначити сутність правочину, яка визначатиме такі правочини як «значні» незалежно від вартості.

Однак, винятком з цього принципу диспозитивності є імперативна норма, за якою рішення про надання згоди на вчинення правочину, якщо вартість майна, робіт або послуг, що є предметом такого правочину, перевищує 50 відсотків вартості чистих активів товариства станом на кінець попереднього кварталу, приймаються виключно загальними зборами учасників.

Визначення чистих активів можна відшукати у п.4 П(С)БО 19 «Об'єднання підприємств», де їх визначено, як активи підприємства за вирахуванням його зобов'язань. Тобто, це – підсумок розділу «Власний капітал» у пасиві балансу товариства.

У випадках, коли зобов'язання товариства з обмеженою відповідальністю перевищують активи, власний капітал товариства з обмеженою відповідальністю має від'ємне значення. З цього моменту кожен оплатний правочин, ціна якого становить будь яку грошову суму (навіть 1 копійка) перевищує не лише 50%, а й всі 100% чистих активів і тому отримує статус значного, щодо якого діє особливий порядок надання згоди на його вчинення, встановленим законом (загальними зборами).

Така новела закону створює небезпеку колапсу господарської діяльності у багатьох товариствах з обмеженою відповідальністю, оскільки керівники, можуть утриматися від вчинення будь яких правочинів, так як вчиняючи такі правочини без рішення загальних зборів ризикують понести відповідальність, починаючи з матеріальної та моральної, закінчуючи кримінальною за перевищення повноважень та зловживання службовим становищем.

Ще більшим ризиком в таких випадках є де-факто нікчемність правочинів, вчинених з порушенням порядку їх погодження, оскільки ст. 46 Закону № 2275-VIII встановлює, що такий правочин, вчинений без дотримання порядку надання згоди на його вчинення, створює, змінює, припиняє цивільні права та обов'язки товариства лише у разі його подальшого схвалення у встановленому порядку (з моменту такого схвалення). Тобто, хоча закон прямо не визначає такі правочини нікчемними, однак, встановлює можливість для їх заперечення у випадку відсутності

схвалення. Значні ризики виникають і для контрагентів товариства з обмеженою відповідальністю, оскільки будь який договір, укладений ними може виявитись недійсним.

Яким же чином товариствам з обмеженою відповідальністю з від'ємними чистими активами та їх діловим партнерам забезпечити свою діяльність за таких умов? Нижче наведено ряд практичних кроків.

Найперше, у договірних відносинах з товариством з обмеженою відповідальністю до моменту укладення договору необхідно вимагати копію балансу за найближчий період та/або рішення загальних зборів на укладення такого договору.

Також, якщо можливо, слід отримувати згоду загальних зборів на укладення кожного договору (що вкрай складно реалізувати на практиці). За відсутності такої можливості, товариству з обмеженою відповідальністю з від'ємними активами слід регулярно (щоквартально, щомісячно або й частіше) проводити загальні збори учасників, на яких схвалювати всі вчинені правочини (однак, високі ризики персональних негативних наслідків для членів виконавчого органу все ж залишаються).

Товариствам, у складі яких наявний лише один учасник (рішення загальних зборів яких оформлюються у вигляді рішень єдиного учасника), доцільно надати довіреність на право прийняття рішень про схвалення правочинів особам з числа працівників товариства, що забезпечить належний рівень оперативності при укладенні договорів (можливо, з певними обмеженнями, встановленими у самій довіреності).

Ще одним варіантом, який хоча і не передбачений законом, але прямо ним не заборонений, є надання попередньої згоди на вчинення значних правочинів, за аналогією з акціонерними товариствами. Такому рішенню має передувати внесення змін до статуту, якими така можливість має бути передбачена.

Список використаної літератури:

1. Про акціонерні товариства: Закон України № 514-VI від 17.09.2008 р. // Відомості Верховної Ради України – 2008. – № 50, / № 50-51 /, ст. 2432, стаття 384.
2. Про товариства з обмеженою та додатковою відповідальністю: Закон України № 2275-VIII від 06.02.2018 р. // Відомості Верховної Ради України – 2018. – № 13, ст. 5, стаття 69.

*Піддубчак М.О.,
магістрант,
Інститут бізнес-освіти
ДВНЗ «КНЕУ імені Вадима Гетьмана»*

ПРИЧИНИ ТА УМОВИ ІСНУВАННЯ КОРУПЦІЇ У СФЕРІ НАЦІОНАЛЬНОЇ ЕКОНОМІКИ УКРАЇНИ

Корупція – це суспільно-визнане соціально-негативне явище, конкретизована протиправна поведінка, яка має обов'язковий корисливий мотив і побудована на протиправному використанні відповідних повноважень [1; 2]. Корупція стала однією з найнебезпечніших та найактуальніших сучасних проблем для України, яка фактично загрожує соціальним, політичним та економічним інтересам держави [4].

В 2001 році Україна займала 83 місце за індексом сприйняття корупції міжнародної організації Transparency International, який до 2017 року продовжував мати негативну динаміку та досяг 130 місце із 180 країн світу [3]. Міжнародна аудиторська компанія Ernst & Young у 2012 році поставила Україну в трійку найбільш корумпованих країн світу разом з Колумбією та Бразилією, а в квітні 2017 року такі дослідження встановили, що українська держава зайняла перше місце у світі за рівнем корупції [6].

Найбільш масштабні моделі української корупції існують, в першу чергу, в економічних вимірах. Корупція у сфері економіки – це фундамент цього явища для всіх його моделей та варіацій в українському суспільстві. Економіка є тим середовищем, заради якого суб'єкти владних повноважень вступають у корупційні зв'язки і безпосередньо отримують найбільші «тіньові доходи».

Зародження корупції виникає там, де існує складна та нераціональна дозвільна система, розширена система адміністративних інструментів з боку владних інституцій, і в значній більшості випадків вона формується там, де виникають нормативно регульовані відносини імперативного характеру між державною системою та приватним сектором.

Сучасні дослідження встановили наступні причини та умови виникнення, існування і подальшого «розвитку» економічної корупції в Україні:

1) несистемність, нерівномірність, непослідовність побудови ринкового господарства та відносин в Україні;

2) поділ суспільства на «класи» багатих та бідних. Окремі громадяни України, маючи доступ до розпорядження або управління державним майном, провели власне гіперзбагачення. Більшість громадян України є бідними;

3) відсутність початкового капіталу у суб'єктів підприємницької діяльності, відсутність економічних, фінансових механізмів його заробити або правомірно отримати;

4) правові прогалини, які виникають в умовах ринкових відносин, вирішуються в Україні за правилами «тіньових» відносин;

5) об'єднання влади та бізнесу створює олігархію, яка вибудовує, зміцнює та систематизує «тіньову» економіку. Головні негативні прояви олігархії – лобіюванням інтересів суб'єктів підприємницької діяльності у владі з метою збільшення власних прибутків, що зменшує прибутки державного бюджету;

6) українські посадові особи отримують неправомірну вигоду в обмін на допуск суб'єктів підприємницької діяльності до необхідних ресурсів або сфер діяльності;

7) владний вплив держави на суб'єктів підприємницької діяльності шляхом встановлення формалізованих «адміністративних бар'єрів» створює в Україні інструменти їх додаткового контролю, що призводить до найскорішого переходу таких суб'єктів в «тіньову» економіку.

Наведені фактори призвели до того, що в Україні бізнесмени в максимальній своїй більшості не створюють економічні об'єкти без корупційних відносин з представниками української влади. Економіка України стала територією боротьби за привілеї та схеми перерозподілу між найсильнішими кланами або групами шляхом застосування найбільш «поширених» моделей української корупції з економічним підґрунтям, а саме: розкрадання бюджетних коштів; розкрадання державного майна; приватизація державних підприємств за умовами нанесення величезних збитків державі [5].

Підводячи підсумки, доцільно зазначити, що вплив корупції на національну економіку України є особливо небезпечним та тотально поширеним, він знижує ефективність економічної політики державних суб'єктів, створює умови для переходу приватного бізнесу у «тіньовий сектор», учасники таких відносин порушують чинне законодавство, деградує система оподаткування, знищуються принципи та правила підприємницької діяльності.

Список використаних джерел

1. Кримінальний кодекс України : Закон України від 5 квітня 2001 р. № 2341-III // Відомості Верховної Ради України. – 2001. – № 25-26. – Ст.131.

2. Про запобігання корупції : Закон України від 14 жовтня 2014 р. № 1700-VII // Офіційний сайт Верховної Ради України. Законодавство України. – [Електронний ресурс]. – Режим доступу : <http://zakon3.rada.gov.ua/laws/show/1700-18;31>

3. Индекси корупції // Офіційний сайт Transparency International. – [Електронний ресурс]. – Режим доступу : <https://ti-ukraine.org/cpi/>.

4. Мельник М.І. Корупція: сутність, поняття, заходи протидії / М.І. Мельник. – К.: Атіка, 2001. – 304 с.

5. Розпутенко І. Корупція як системна проблема // Офіційний сайт Matrix. – [Електронний ресурс]. – Режим доступу : <http://matrix-info.com/2017/04/23/koruptsiya-yak-systemna-problema/>;

6. People First: The latest in the watch on Ukrainian democracy // Офіційний сайт KyivPost. – [Електронний ресурс]. – Режим доступу : <https://www.kyivpost.com/article/opinion/op-ed/people-first-the-latest-in-the-watch-on-ukrainian-democracy-5-312797.html>

ПРАВОВИЙ СТАТУС ПРОКУРАТУРИ УКРАЇНИ ТА КРАЇН ЄС: ПОРІВНЯЛЬНО-ПРАВОВИЙ АНАЛІЗ

Українська держава остаточно й однозначно зробила свій вибір на користь європейської інтеграції та обрала шлях – втілення ґрунтовних реформ. Однією із таких реформ є конституційна реформа, спрямована на докорінну зміну системи органів державної влади, зокрема, – й прокуратури.

Суттєвим етапом таких змін стало прийняття Закону України «Про прокуратуру» (2014) [1], що визначив нові напрями та стандарти діяльності прокуратури в Україні, започаткував процес оновлення кадрового складу і «переформатування» органів прокуратури в цілому.

Справедливо відмовившись від функції «загального нагляду», законодавець залишив за органами прокуратури єдину функцію поза межами кримінальної юстиції – представницьку функцію. Це віднайшло підтримку європейських інституцій та експертного середовища.

Аналіз конституційних положень європейських держав украй важливий для концептуального конститутивного усвідомлення місця та ролі прокуратури в системі органів державної влади. Водночас, зрозуміло, що порівняльне дослідження не може вичерпуватись тільки дослідженням конституційних засад прокуратури в цих країнах.

Більш важливим і продуктивним для наукового пошуку є дослідження регламентації організації та діяльності прокуратури на рівні спеціального законодавства та визначення тих законодавчих тенденцій, які формують модель прокуратури.

Разом із тим, враховуючи прагнення України до європейської інтеграції, особливу увагу необхідно зосередити на дослідженні спеціального законодавства щодо діяльності прокуратури поза сферою кримінальної юстиції країн Європейського Союзу [3, с. 37].

Досліджуючи місце прокуратури в структурі державного механізму України та країн ЄС, варто зазначити, що значною мірою сучасна прокуратура надає публічні послуги із захисту прав і законних інтересів осіб. Ефективність цих послуг залежить від управлінських, інституційних, інформаційних і технологічних аспектів. Кожний із цих аспектів має охоплювати три категоріальних рівні: проблеми, можливості і дії. Ця схема дає змогу виявити підвищення ефективності організації прокурорської діяльності.

Одним із напрямів реформування прокуратури, поряд з урахуванням європейських стандартів, визначенням її місця у структурі судової чи виконавчої влади, чітким законодавчим закріпленням її функцій, є змістовне удосконалення прокурорської влади, досягнення ефективності прокурорської діяльності у сфері захисту прав і свобод людини та громадянина.

Адже основним користувачем прокурорських послуг поза межами кримінального судочинства є людина, яка, за Конституцією України, є найвищою соціальною цінністю, а забезпечення і захист її основних прав і свобод є пріоритетним завданням правової демократичної соціальної держави.

Під правовим статусом прокуратури України варто розуміти сукупність правових елементів, які визначають місце і роль Генеральної прокуратури, регіональних, місцевих прокуратур і прокурорів у правовій системі України, які характеризують зміст їх діяльності щодо виконання покладених на них нормами права завдань [2, с. 339].

Однією з підстав виникнення правосуб'єктності прокурорів є законні вимоги, які висуваються до прокурорів, установлюються відповідно до структурного рівня інституту прокуратури та полягають, головним чином, у наявності в кандидата на посаду громадянства України, професійного стажу, визнаної іноземної або національної освіти, а також навичок володіння державною мовою. Спеціалізованим законом визначено порядок набуття правосуб'єктності прокурорів, який відповідає європейським засадам та умовно поділяється на певні організаційно-правові етапи: 1) інформаційне поширення повідомлення про оголошення конкурсного відбору на посаду прокурора; 2) підтвердження кандидатами їх відповідності посаді офіційними документами та заявами; 3) публічна перевірка поданих кандидатами документів; 4) прокурорський кваліфікаційний іспит; 5)

проходження професійної прокурорської підготовки; 6) призначення на посаду керівництвом прокуратури; 7) офіційне прийняття присяги прокурора.

Новим елементом у системі прокуратури України є Спеціалізована антикорупційна прокуратура України.

Правова регламентація повноважень прокуратури, за законами окремих держав Європейського Союзу, не має єдиного правового стандарту та характеризується відсутністю правової одноманітності з переважаючою тенденцією до уникнення чіткого визначення повноважень прокуратури поза сферою кримінальної юстиції щодо представництва інтересів у суді у спеціальних законах про прокуратуру (у разі їх наявності в законодавчому просторі відповідної держави) та визначення цих повноважень у відповідних процесуальних законах. При цьому, на рівні формування загальних рамкових підходів положення міжнародних документів встановлюють суверенне право держави визначати свої інституційні та правові процедури реалізації її функцій із захисту прав людини та зміцнення правозахисного потенціалу усіх своїх органів, включаючи прокуратуру.

Таким чином, сучасна модель діяльності прокуратури щодо реалізації її функцій повинна формуватись із урахуванням рекомендацій європейських інституцій, які, в свою чергу, повинні використовуватись законодавцем не шляхом буквального викладення їх у законодавчих нормах, а шляхом їх ґрунтовної наукової юридичної оцінки у напрямі узгодження з нормами Конституції та законів України, методологічних засад та вимог законотворчої техніки.

Список використаних джерел

1. Про прокуратуру : Закон України від 14.10 2014 року № 1697-VII // Відомості Верховної Ради. – 2015. – № 2–3. – Ст. 12.
2. Наулік Н. С. Правовий статус прокуратури в конституціях зарубіжних країн / Н. С. Наулік // Порівняльно-аналітичне право. – 2013. – № 302. – С. 339–342.
3. Стефанчук М. Н. Полномочия прокуратуры вне сферы уголовной юстиции, связанные с представительством интересов гражданина или государства в суде, по законам некоторых государств Европейского Союза (Avrupa Birliğine Üye Bazı Ülkelerde Ceza Hukuku Dışında Devlet ve Vatandaşların Menfaatlerinin Korunması ve Temsili Açısından Savcılık Makamının Yetkileri) / М. Н. Стефанчук // Law & Justice Review. – 2015. – Issue 11. – P. 33–47.

**СУСПІЛЬСТВО В ХХІ СТОЛІТТІ:
ПРОБЛЕМИ ТА ПЕРСПЕКТИВИ РОЗВИТКУ**

**Збірник матеріалів
Першої науково-практичної інтернет-конференції
4 жовтня 2018 року**

Видано в авторській редакції

Обсяг 5,84 д.ар.
Зам. № 18-5489