

МІНІСТЕРСТВО ОСВІТИ І НАУКИ УКРАЇНИ
ДВНЗ «КИЇВСЬКИЙ НАЦІОНАЛЬНИЙ ЕКОНОМІЧНИЙ УНІВЕРСИТЕТ
імені ВАДИМА ГЕТЬМАНА»

Соціально-економічні перспективи України у *XXI* столітті

Збірник доповідей
82-ї наукової конференції
студентів КНЕУ

21—24 квітня 2015 р.

УДК 330.3
ББК 65.9(4Укр)я431
С69

Відповідальна за випуск
О. А. Петухова

Соціально-економічні перспективи України у XXI столітті :
С 69 [зб. доп. 82-ї наук. конф. студ. КНЕУ, 21—24 квіт. 2015 р.] / [відп.
за вип. О. А. Петухова]. — К. : КНЕУ, 2015 — 279, [1] с.
ISBN 978-966-926-026-0

Збірник статей студентів університету укладено за підсумками їх досліджень, представлених на науковій конференції КНЕУ 21—24 квітня 2015 р. Доповіді студентів присвячено сучасним особливостям міжнародної конкурентоспроможності країн світу, глобалізаційним тенденціям, новітнім підходам у менеджменті і маркетингу, економіці праці і соціальному забезпеченню, розвитку фінансової сфери. Розкрито проблеми релігійної ситуації, сімейних відносин, удосконалення правової системи України.

УДК 330.3
ББК 65.9(4Укр)я431

*Розповсюджувати та тиражувати
без офіційного дозволу КНЕУ забороняється*

ISBN 978-966-926-026-0

© КНЕУ, 2015

ЗМІСТ

<i>Акімова В. О.</i> Валютний ринок України: особливості сучасного розвитку	7
<i>Амезіан Н. М.</i> Дослідження функціональних станів студентів у навчальній діяльності.	9
<i>Андросова Ю. Г.</i> Особливості використання моделі оцінки дохідності капітальних активів в Україні	12
<i>Андрушко Я. В.</i> Prospects of Ukraine's chocolate market.	15
<i>Баранов С. М.</i> Трансформаційні особливості облікового процесу: від зародження товарних відносин до сьогодення	18
<i>Бендзар О. П.</i> Діяльність міжнародного комерційного арбітражу в Україні: актуальні проблеми та перспективи вирішення	21
<i>Бичко О. Ю.</i> Розвиток e-commerce в світі та впровадження в Україні	25
<i>Бичковський В. О.</i> Альтернативні концепції вартісно-орієнтованої оцінки результативності підприємств	27
<i>Бородай В. О., Пацьора Т. В.</i> Теорія ігор та її застосування при прийнятті управлінських рішень на підприємстві	30
<i>Бузовська М.</i> Маркетинг в ІТ-індустрії: особливості та реальні приклади українських компаній	33
<i>Булах А. О.</i> Проблеми ф'ючерсної торгівлі на фондовому ринку України	35
<i>Буткевич О. А.</i> Держава vs Керівники бюджетних установ: актуальні питання кошторисного фінансування в Україні.	37
<i>Вагін Д. М.</i> Методи збільшення продуктивності комп'ютерів	40
<i>Варнавська В. В.</i> Статистичний аналіз екологізації промисловості	43
<i>Галян М. В.</i> Наслідки та шляхи мінімізації валютних шоків економіки України.	45
<i>Герасимова М. В.</i> Сильна слабкість або мистецтво ненасильницького опору	48
<i>Головач А. А.</i> Вплив Інтернет маркетингу на формування іміджу компанії.	50
<i>Гриненко Ю. І.</i> Податковий аудит трансфертного ціноутворення.	53
<i>Гулак М. І.</i> Онлайн-технології у банківській діяльності	56
<i>Доннік М. А.</i> Еволюція революції: феномен українських майданів	58
<i>Дяченко А. В.</i> Регулюючий вплив податку на прибуток на діяльність суб'єктів підприємництва в умовах змін податкового кодексу України	61
<i>Єременко С. Ю.</i> Методи оцінки запасів: переваги та недоліки.	64

Жлуктенко О. І. Формування української політичної нації в сучасних умовах.	68
Залюбовська О. Стратегія «червоного» та «блакитного океанів» у сучасному менеджменті.	71
Запотоцький Б. Г. Electronic money.	74
Калюжнюк І. В. Брендинг міст у контексті розвитку туристичної галузі України.	77
Камчатна В. С. Проблеми правового регулювання справляння військового збору в Україні.	79
Карімова Є. І. Статистичний аналіз міграції населення України.	82
Кармалюк Ю. С. Комплексні системи захисту інформації: вітчизняний і зарубіжний досвід.	84
Карповець А. Г., Копаниця К. Ю. Жити по новому: інновації в оподаткуванні заробітної плати.	87
Клігунова А. А. Проблеми питання використання вітчизняних і зарубіжних методів калькулювання витрат за послугами бюджетних установ.	91
Коваль О. В. Оптимальна структура капіталу підприємств України за галузями діяльності.	95
Кондратюк А. П. Фіскальна спроможність податку на нерухоме майно в Україні та світі.	100
Корольова Є. В., Титаренко Я. В. ABC-аналіз дебіторської заборгованості за видами економічної діяльності галузей економіки України.	103
Коротич А. В. Підвищення надійності професійних учасників на фондовому ринку України.	107
Косташ К. А. Діяльність транснаціональних банків у сучасних умовах.	109
Косташ К. А., Бричка С. М. Проблеми недобросовісної конкуренції на світовому ринку авіаперевезень.	111
Краковецька К. Ю. Міжнародна система SWIFT: історія виникнення та принципи побудови.	115
Кундеревич Н. М. Страхування життя: «точка неповернення».	117
Курносова Р. І. Математична модель розвитку підприємства на прикладі ООО «Білоцерківський молочний комбінат».	120
Кучерявець І. В. Who bears a tax burden in Ukraine?	122
Лилак Д., Кеніз О. Державно-приватне партнерство: фіскальне регулювання та економічні ефекти.	125
Лилак Н. В. Брендинг в АПК.	130
Лисенко І. BTL-технології як сучасний інструмент маркетингової діяльності підприємства.	133
Лось В. В. Правила фіскальної політики: результативність виконання в Україні.	137
Ляш Л. Я. Антикризова діяльність підприємств АПК.	140
Мартінович П. Г. Релігійні організації як фактор соціалізації особистості.	143

<i>Марченко Л. В.</i> Вплив демографічних змін на ринок праці Німеччини. Вимоги до сучасного працівника.	146
<i>Михайлова І. І.</i> Integration of Ukrainian intellectual capital into the global market.	148
<i>Мокляк Л. В.</i> Інвестиційна привабливість України.	151
<i>Нагірняк В. О.</i> Податок на нерухоме майно, відмінне від земельної ділянки: реалії та перспективи змін.	153
<i>Насібович А. В.</i> Як змусити потенційного роботодавця взяти Вас на роботу?	157
<i>Невзгляд Н. Г., Невзгляд А. Г.</i> Проблеми та динаміка розвитку експертного потенціалу аграрного сектору економіки України.	159
<i>Недавні В. Р.</i> Статистичний аналіз податкових надходжень до державного бюджету України.	161
<i>Нікіпольська К. В.</i> Перспектива запровадження патентних судів в Україні.	163
<i>Осовський О. А.</i> Система мотивації як інструмент контролінгу поведінки.	167
<i>Павлюк Р. П., Сухомлин Б. А.</i> Ігроманія та комп'ютерна залежність молоді: надумані проблеми чи реальні загрози?	169
<i>Пасічник А. Г.</i> Диверсифікація золотовалютних резервів як інструмент валютного регулювання НБУ.	171
<i>Пилипенко Я. В.</i> Податкове навантаження в Україні як критерій оцінки податкових реформ.	174
<i>Пляшко О. І.</i> Облікове забезпечення управління дебіторською заборгованістю.	177
<i>Подорянко О. Я., Рудь К. О.</i> Проблеми реформування системи вищої освіти в Україні.	180
<i>Прилуцька О. В.</i> Confidence in banking system of Ukraine: how to restore it?	182
<i>Примак Ю. Р.</i> Аналітичний огляд діяльності банків України в умовах кризи.	185
<i>Продан М. В.</i> ФГВФО: практика та наглядові функції.	188
<i>Пшечук І. О.</i> Відшкодування моральної шкоди в Україні: проблеми та шляхи їх вирішення.	191
<i>Репнікова І. П., Петренко А. В.</i> Історія походження маркетингу та брендів.	195
<i>Рожок Т. О.</i> Моделювання еволюції української економіки на підґрунті динамічної моделі.	198
<i>Романенко І. І.</i> Моделювання та інформаційні технології процесів електронної комерції.	201
<i>Рубан Д. Д.</i> Неформальні комунікації та їх розвиток в українських компаніях.	203
<i>Саган О. М.</i> На вістрі часу: преса Костопільщини періоду II світової війни через призму сучасної інформаційної війни.	205
<i>Самсонов В.</i> Занепад цивілізації майя: погляд крізь призму розвитку господарства та досвід для сучасної України.	208

<i>Синиця В.</i> Перспективи розвитку туризму України.	212
<i>Солопенко Т. В.</i> Світовий досвід інвестування в оборонно-промисловий комплекс.	215
<i>Сподіна В. О.</i> Особливості функціонування ФГВФО в сучасних умовах.	218
<i>Степанюк В. В.</i> Етична економія М.І. Туган-Барановського і сучасні виклики економічного розвитку.	221
<i>Стороженко Н. С.</i> Еволюція структури інтелектуального капіталу підприємства.	223
<i>Стукан В. А.</i> Статистичний аналіз споживання домогосподарств.	226
<i>Сукайло Д. А.</i> International marketing with a special focus on cultural differences.	228
<i>Танковська К. І.</i> Процес люстрації влади.	230
<i>Тесленко Є. П.</i> Перевірка статистичних гіпотез для економічного аналізу і прогнозування.	233
<i>Тихонович О. В., Комар С. С.</i> Використання інноваційних інструментів страхового маркетингу для забезпечення ринкових переваг страхової компанії	236
<i>Ткаченко Д.</i> Лояльність персоналу	238
<i>Турук Т. Г.</i> Управління кредитними продуктами банку на роздрібному ринку України (на прикладі ПАТ «АЛЬФА-БАНК»).	240
<i>Успенко А. І.</i> Ядерне роззброєння: досвід України.	247
<i>Фесенко Ю. І.</i> Роль державного фінансового аудиту у забезпеченні ефективності державного фінансового контролю.	250
<i>Хілько М. О.</i> Місце жінки в управлінні компанією.	253
<i>Цадзікідзе А. З.</i> Economic miracle in Ukraine: reality, but not possibility	255
<i>Цикаленко К. С.</i> Інвестиційна активність суб'єктів господарювання Нідерландів та її вплив на основні макропоказники	259
<i>Чайка Г. А.</i> Застосування методів проблемного навчання у психолого-педагогічній підготовці студентів КНЕУ.	261
<i>Червінська А. С.</i> Особливості ринку акцій і дивідендної політики в Україні.	264
<i>Шемчук М. Ю.</i> Статистичний аналіз збалансованості зовнішньої торгівлі товарами в Україні.	267
<i>Шестакова А. О.</i> Політичний прагматизм: сутність, реалії, тенденції	269
<i>Шинкарьов Ю. В.</i> Штучний інтелект.	271
<i>Щукіна Л. Ю.</i> Agile-менеджмент.	274
<i>Яцук Ю. А.</i> Internet-банкінг: проблеми та перспективи розвитку	277

ВАЛЮТНИЙ РИНОК УКРАЇНИ: ОСОБЛИВОСТІ СУЧАСНОГО РОЗВИТКУ

Останні події в Україні та в світі демонструють важливість впливу валютного ринку на економіку. Розвиток кризи показав, яким може бути масштаб його впливу на основні сфери економічної діяльності та фінансову безпеку взагалі.

Щоб проаналізувати сучасний стан валютного ринку України, розглянемо тенденції, що існували на ньому впродовж останніх років. Обмінний курс гривні до долара США в 2010—2012 роках коливався на рівні 7,9—8,02 за 1 дол. США. А в 2014 з початком політичних та економічних негараздів курс національної валюти почав стрімко падати, і досяг історичного максимуму в лютому 2015 року 30,01 грн за 1 дол. США. Наразі ситуація трохи стабілізувалася, але все ще перебуває критичною. Обсяги золотовалютних резервів стрімко зменшувалися з 34576 млн дол. США на початку 2011 року до 17805,2 млн дол. США на початку 2014 року. Міжнародні резерви (за оперативними даними) станом на 01.03.2015 становили 5 624,6 млн дол. США.

Стан валютного ринку в 2014 році не відзначився позитивними тенденціями. Складна політична ситуація на сході країни призвела до зниження експортних надходжень і відповідно зменшення пропозиції іноземної валюти на міжбанківському валютному ринку.

Чистий відтік іноземної валюти на користь нерезидентів за підсумками 2014 становив близько 126 млн дол. США, що мало місце вперше з 2009 року.

Із 7 лютого 2014 року Національний банк перейшов до встановлення офіційного курсу гривні до долара США на рівні його середньозважених ринкових котирувань.

За 2014 рік офіційний курс гривні знизився відносно долара США на 97,3 %, євро — на 74,2 %, російського рубля — на 23,7 %.

Уже від сьогодні девальвація гривні спричинила значні проблеми для імпортерів нафтопродуктів. Йдеться про ціни на бензин, ринок якого на 85 % складається з імпортованої сировини. Так само курс валют тисне і на показник інфляції: ціни зростають мало не щодня.

Розглянемо фактори, що впливають на динаміку курсу гривні.

Фундаментальні економічні фактори слабкості національної валюти такі.

- від'ємний стан зведеного платіжного балансу. За даними НБУ, дефіцит 2014 року становив 13,3 млрд дол.;
- хронічний дефіцит державних фінансів, починаючи з 2003 року;
- значний вплив депозитів з банківської системи;
- значне посилення індексу долара до інших провідних валют світу — до 20 %, починаючи з другої половини 2014 року.

Психологічно-очікувальні фактори слабкості національної валюти:

- украй низький рівень споживчих настроїв;
- критично висока залежність держави в короткостроковому періоді від зовнішнього фінансування;
- тривалі бойові дії, витрачання коштів на національну оборону.
- загострення протиріч у владній коаліції;
- відмова НБУ від запровадження режиму таргетування інфляції, відсутність іншого якоря грошово-кредитної політики;
- регулярне виведення неплатоспроможних банків з ринку;
- недостатність інформації про реальний стан валютних надходжень і виплат держави, рефінансування системи комерційних банків.

Заходи для стабілізації ситуації на валютному ринку такі: по-перше, зменшення фіскального розриву, по-друге, скорочення видатків бюджету 2015 року та реформування «Нафтогазу», по-третє, передбачуваність курсу.

До цих заходів можна віднести: можливість НБУ для виходу з інтервенціями на міжбанківський валютний ринок за рахунок коштів кредиту МВФ; виведення з ринку всіх неплатоспроможних банків; встановлення курсового нахильного коридору, якого треба жорстко дотримуватися.

Комунікації та роз'яснення:

- визначення вузького кола осіб, відповідальних за вербальні інтервенції в уряді та центральному банку з приводу курсової політики;
- регулярних брифінгів керівників НБУ (заяви про стан економіки);
- щомісячні наради у Мінфіні та НБУ з провідними групами інтересів: журналістами, експертами, найбільшими фінансовими установами країни;
- оприлюднення негайних кроків реформування банківської системи.

Висновок. Результати аналізу стану валютного ринку України показують необхідність впровадження комплексу законодавчих,

нормативно-правових та інших заходів з метою стабілізації національної грошової одиниці, розвитку валютного ринку, забезпечення інтеграції у світову економіку.

Зменшення валютних резервів, збільшення кредитної заборгованості, девальвація гривні, велика інфляція — ці показники можуть у разі не прийняття належних заходів призвести до дефолту національної валюти, а отже і всієї економіки України.

Література

1. Національний банк України [Електронний ресурс] // Офіційний сайт. — Режим доступу : <http://www.bank.gov.ua/>.
2. Банківська система 2015: виклики та перспективи [Електронний ресурс]. — Режим доступу : [// bank.gov.ua](http://bank.gov.ua).
3. Валютний ринок України: аналіз поточних тенденцій та особливостей розвитку / О. Р. Козакевич // Наукові записки [Національного університету «Острозька академія»] Економіка. — 2013. — № 23. — С. 295—300.
4. Проблеми розвитку валютного ринку України в контексті забезпечення фінансової безпеки / А. А. Мещеряков, С. В. Сопотян // Вісник Академії митної служби України. Сер. : Економіка. — 2014. — № 1. — С. 40—45.

Амезіан Н. М. (обліково-економічний ф-т, II курс)

ДОСЛІДЖЕННЯ ФУНКЦІОНАЛЬНИХ СТАНІВ СТУДЕНТІВ У НАВЧАЛЬНІЙ ДІЯЛЬНОСТІ

Впровадження навчальних інновацій, використання накопиченого передового досвіду з організації та проведення навчально-виховного процесу у вищих навчальних закладах супроводжуються невинною інтенсифікацією навчальної діяльності студентів. Зростаючі обсяги контролю та оцінювання знань: робота в «малих групах», дискусії, тренінги, дидактичні та сюжетно-рольові ігри; методи проєктів і моделювання, самостійно-пошукові методи, — вимагають від студентів значного розумового, емоційного та фізичного напруження. Ці явища приводять до виникнення стресогенних ситуацій, тривоги, занепокоєння у студентів, які, в свою чергу, негативно впливають на їх функціональні стани у процесі навчання. При цьому необхідно враховувати, що

формування фахівця-економіста в умовах освітніх інновацій повинно спиратися на андрагогічні особливості студентської освітньо-вікової групи навчання, на початкові функціональні та психофізіологічні можливості студентів, реалізацію та розвиток їх здібностей.

Як зазначають дослідники Є. О. Климов, Г. А. Суворова, К. І. Кузьміна, Т. Б. Поясок, А. О. Прохоров, негативні функціональні стани суб'єкта впливають на працездатність, продуктивність, результативність будь-якої діяльності, зменшують її якість і показники. Тому важливість і актуальність проблеми функціональних станів студентів у процесі їх навчальної діяльності та шляхів їх оптимізації визначили тему даної статті.

У психолого-педагогічній літературі функціональні стани визначаються як інтегральний комплекс характеристик тих функцій і якостей людини, які прямо або опосередковано зумовлюють якість виконання роботи [1, с. 27]. У психології праці поняття «функціональні стани» вводиться для характеристики ефективності діяльності і поведінки людини і спрямоване, перш за все, на вирішення питання про можливості людини: в якому стані вона знаходиться, чи зможе виконувати конкретну роботу. Проблема функціональних станів пов'язана з вирішенням різноманітних практичних задач: розробки оптимальних режимів праці та відпочинку; нормування праці; профілактики та лікування профзахворювань; оптимізації процесу і умов праці [2; 3].

Щодо навчальної діяльності ця проблема досліджувалась крізь призму теорії оптимізації навчання Ю. К. Бабанського, теорії оптимального управління навчанням В. П. Беспалько, Т. А. Ільїної, Н. Ф. Талізїної. Вчені вважали, що у навчально-виховний процес необхідно впроваджувати такі методи і засоби навчання, коли досягаються максимальні навчальні результати з урахуванням можливостей кожного учня при мінімально-необхідних для конкретних умов витратах часу, а також розумових і фізичних сил.

Разом з тим, у психолого-педагогічних дослідженнях проблема функціональних станів студентів у навчанні недостатньо розроблена; вони досліджувались без широкого впровадження результатів у навчально-виховний процес вищих навчальних закладів. Тому завданнями даного дослідження є:

- ✓ визначити фактори, які впливають на формування негативних функціональних станів студентів, їх складові компоненти;
- ✓ проаналізувати отримані емпіричні дані та надати оцінку функціональних станів студентів, її вплив на якість навчання.

У ході психолого-педагогічної підготовки студентів у Київському національному економічному університеті в 2014—2015 рр. були проведені дослідження особливостей індивідуальної навчально-пізнавальної діяльності студентів і виявлені фактори, які впливають на працездатність, продуктивність і результативність учіння. Найвагомшими факторами виявились: високі показники ситуативної та особистісної тривоги, розумової та фізичної втомленості; негативні показники актуальних емоційних станів студентів у період поточно-модульного контролю знань та екзаменаційної сесії; високі показники схильності до стресів.

У дослідженні брали участь 75 студентів першого та другого курсів обліково-економічного факультету (ОЕФ), в результаті якого були отримані емпіричні дані за допомогою комплексу психодіагностичних методик (методика Ч.Д. Спілбергера — Ю. Л. Ханіна для виявлення рівнів прояву реактивної (ситуативної) і особистісної тривоги студентів у навчанні; опитувальник «Самооцінка психічних станів» Г. Айзенка; методика А. О. Прохорова для виявлення гострої фізичної та розумової втомленості студентів.

На підставі аналізу отриманих показників ми дійшли висновку, що високі показники особистісної тривоги, розумової втомленості, а також негативні емоційні стани (фрустрація) студентів впливають на продуктивність їх навчальної діяльності та успішність. Для підтвердження цього висновку ми співставили деякі показники прояву негативних психічних станів, отримані за методиками і показники навчальної успішності студентів (у балах) (табл. 1).

Таблиця 1

Назва негативних емоційних станів	Рівні прояву станів	Навчальна успішність, кількість осіб, %		
		90—100 балів	70—89 балів	0—69 балів
1. Особистісна тривога	високий	23,0	54,0	23,0
	середній	17,0	44,0	39,9
	низький	54,0	34,0	8,0
2. Фрустрація	високий	16,0	35,0	49,0
	середній	34,0	43,0	14,0
	низький	46,0	34,0	23,0
3. Гостра розумова втомленість	високий	13,0	44,0	33,0
	середній	27,0	34,0	39,9
	низький	44,0	24,0	38,0

Отже, результати нашого дослідження вказують, що структурними компонентами функціональних станів студентів, як інтегрального показника готовності суб'єкта до учіння, що опосередковано зумовлює якість виконання роботи можна визначити: особистісну тривогу; фрустрацію, гостру розумову втомленість, які виникають у процесі навчання.

Одним із пріоретних напрямків оптимізації функціональних станів студентів є: інформаційно-методичне, організаційне забезпечення навчального процесу студентів першого-другого курсів, враховуючи їхні андрагогічні особливості; доброзичливе, виважене, емпатійне відношення викладачів до студентів, як до суб'єктів спільної навчальної діяльності; забезпечення мотивації та стимулювання навчання студентів.

Література:

1. *Климов Е. А.* Основы психологии / Евгений Александрович Климов [Учебник для вузов]. — М. : ЮНИТИ, 1997. — 295 с.
2. *Практикум по психологии состояний: Учебное пособие* / Под ред. проф. А. О. Прохорова. — СПб.: Речь, 2004. — 480 с.
3. *Суворова Г. А.* Психология деятельности / Г. А. Суворова. [Учеб. пособие для студ. психолог. и пед. вузов] — М. : ПЕРСЭ, 2003. — 176 с.

Андросова Ю. Г. (кредитно-економічний ф-т, IV курс)

ОСОБЛИВОСТІ ВИКОРИСТАННЯ МОДЕЛІ ОЦІНКИ ДОХІДНОСТІ КАПІТАЛЬНИХ АКТИВІВ В УКРАЇНІ

Важливою проблемою теорії і практики корпоративного управління є визначення ставки очікуваної прибутковості при оцінці капітальних активів. Визначення рівня прибутковості капітальних активів при невизначеному рівні ринкового ризику, викликає значні труднощі.

Разом з тим, розвиток економіки неможливий без розвитку фондового ринку. Практика доводить існування прямого зв'язку між інвестиційною активністю та адекватною оцінкою дохідності капітальних активів. Враховуючи це, в ефективній і точній оцінці дохідності корпоративних прав зацікавлені не тільки інвестори, а й менеджмент компаній. Одним з найви-

доміших і найчастіше використовуваних способів оцінки фінансових активів є метод оцінки дохідності капітальних активів (CAPM).

Метою роботи є дослідження теоретико-методологічних положень і практичного застосування моделі оцінки дохідності капітальних активів (CAPM).

The Capital Asset Pricing Model (CAPM) вперше була сформульована В. Шарпом. Згідно з моделлю CAPM, в умовах рівноваги дохідність будь-якого цінного паперу, що обертається на ринку, знаходиться під впливом значної кількості чинників, основними з яких є: безризикова ставка дохідності R_f , дохідність ринкового портфеля R_m . Взаємозв'язок ризику з прибутковістю згідно моделі оцінки капітальних активів описується таким чином:

$$\text{CAPM} = r_f + (R_m - r_f) \times \beta, \quad (1.1)$$

де CAPM — очікувана норма дохідності; r_f — безризикова ставка дохідності; R_m — середня ринкова дохідність; β — спеціальний коефіцієнт бета.

Розрахунок згідно з моделлю CAPM здійснимо для таких підприємств, як ПАТ «Мотор Січ», ПАТ «Укртелеком» і ПАТ «Укрнафта».

Важливо вірно визначити безризикову ставку дохідності, що являє собою частина доходу, яка закладена в усі інвестиційні інструменти, тобто та ставка дохідності, на яку може розраховувати інвестор, вклавши гроші у безризикові активи, в якості яких можуть бути використано:

- рівень дохідності ОВДП строком 2 роки — 16,7 %;
- ставку рефінансування, яка є не нижче облікової ставки, яка дорівнює 30 %;
- 19 % — ставка за депозитом «Класичний» на 2 роки як в Ощадбанку, так і в Укрексімбанку.

Систематичний ризик у CAPM, як правило, позначається через β -коефіцієнт. Він характеризує залежність між середньою дохідністю ринкового портфеля та ціною окремого ринкового інструменту, який входить до його складу.

Середня ринкова дохідність характеризує середній ризик вкладень коштів на ринку, до якого відноситься актив, що оцінюється. В Україні таким показником є індекс ПФТС і значення дохідності якого за останній рік становить 13,4 %.

Отримані за розрахунками дані представлено у табл. 1.

Таблиця 1

**АНАЛІЗ ДОХІДНОСТІ АКЦІЙ УКРАЇНСЬКИХ ПІДПРИЄМСТВ
МЕТОДОМ CAPM**

Показник	Мотор Січ	Укртелеком	Укрнафта
Ставка безризикового доходу:			
ОВДП		16,7 %	
Облікова ставка		30 %	
Ставка за депозитами		19 %	
Середня ринкова дохідність		13,4 %	
Коефіцієнт β	0,46	0,38	1,54
CAPM:			
CAPM ($r_f = 16,7$), %	15,18	15,45	11,62
CAPM ($r_f = 30$), %	22,36	23,69	4,45
CAPM ($r_f = 19$), %	16,42	16,87	10,38
Дохідність цінних паперів на ринку, %	56,81	7,31	55,52

У ході розрахунків дохідності акцій обраних підприємств можемо зауважити, що використання моделі оцінки капітальних активів (CAPM) дозволяє інвестору обирати акції у свій інвестиційний портфель залежно від його схильності до ризику спираючись на значення коефіцієнту β .

Необхідно враховувати, що в умовах недосконалого фондового ринку України результати від використання CAPM дають доволі значну похибку і очікувана дохідність акцій може не досягти прогнозованого рівня. Так, очікувана дохідність акцій «Укртелеком» сягає 15,45 %, але на даний період часу їх дохідність складає лише 3,75 % і в майбутньому дохідність акцій може не досягнути отриманих результатів. Загалом суттєве відхилення може вказувати, що на формування ціни акцій значно впливає як систематичний, так і несистематичний ризик (ринкова капіталізація, співвідношення ціна/прибуток).

Отже, The Capital Asset Pricing Model має як певні переваги так і недоліки, з огляду на практичне її використання. Як доводять проведені розрахунки, використання цієї моделі є доволі складним через високу ймовірність отримання не достовірних даних через низьку розвиненість фондового ринку, недостовірність інформації, що використовується для аналізу, а також через

значну кількість припущень, які суперечать реальним умовам, в яких відбувається процес інвестування (вона не враховує податки, трансакційні витрати, непрозорість фінансового ринку тощо).

Доречно зазначити, що в розрахунках доцільним є використання найнижчої за розміром безризикової ставки доходу, тобто дохідність за ОВДП. Це спричинено тим, що дохідність високо-ризикових акцій ($\beta > 1$) у цьому випадку відображається точніше, як і дохідність низькоризикових активів ($\beta < 1$). Для отримання більш ймовірного результату, формулу CAPM необхідно модифікувати, що дозволить точніше прогнозувати майбутній систематичний ризик при наявності достовірної інформації.

Разом з тим, навіть врахування усіх даних не гарантує інвестору отримання очікуваного обсягу дохідності через нерозвинений фондовий ринок, тому варто проводити фундаментальний аналіз цінних паперів, які обертаються на ньому.

Література

1. Кублікова Т. Б. Оцінка вартості власного капіталу корпорації у країнах з перехідною економікою // Регіональні перспективи. Вип. 3—5 : Науково-практичний журнал: Тема номеру «Методологія та практика менеджменту на порозі XXI століття: загальнодержавні, галузеві та регіональні аспекти». — Кременчук : Асоціація «Перспектива», 2004. — С. 194—196.
2. Терещенко О. О. Фінансова діяльність суб'єктів господарювання: Навч. посібник. — К.: КНЕУ, 2003. — 554 с.
3. Шелудько В. М. Фінансовий менеджмент: Підручник / В. М. Шелудько; Київ. нац. ун-т ім. Т. Шевченка. — 2-ге вид., стер. — К.: Знання, 2013. — 375 с.
4. Інформаційний портал інвестицій та фінансів [Електронний ресурс]. Режим доступу: <http://investfunds.ua/>.

Андрушко Я. В.

(ф-т міжнародної економіки і менеджменту, II курс)

PROSPECTS OF UKRAINE'S CHOCOLATE MARKET

Chocolate confectionery enjoys considerable consumer interest, as Ukrainians love chocolate and local manufacturers have a strong tradition of producing and meeting consumer demands. Sales of

chocolate confectionery continue to increase despite the tough economic situation, as chocolate is generally considered to be an affordable luxury, as well as to put everybody in high spirit. In addition, the available offer includes a vast array of different product types in all price segments, making them affordable to consumers of all income groups. Manufacturers are also doing their best to stimulate demand, basically by introducing new product developments (new flavors, formats, and interesting ingredients) and investing in mass media advertising.

The Ukrainian chocolate confectionery sector has always been dynamic, due to young and growing Ukrainian population, and traditional habits in confectionary consumption. In 2014, retail sales of chocolate confectionery grew by 10 % in value and 2 % in volume and reached US\$1.9 billion or 200,000 tons respectively.

Chocolate confectionery in Ukraine is expected to register a constant compound annual growth rate (CAGR) at the level of 4 % from 2014 to 2016. In Ukraine, chocolate consumption amounts to about 7.5 % of the total confectionery market. On an annual basis, Ukrainians consume from 1.2 to 1.3 kg of chocolate per capita, which is four to six times lower than in other European countries. This indicates that the Ukrainian market has a favorable potential for consumption rates increase.

The sales of chocolate products have increased in recent years. In 2009, 192.2 tons (1,274.1 US\$ mill) were sold, and in 2014, 217.9 tons (2,353.9 US\$ mill) were sold. Researchers forecast that sales will grow and amount to 230.9 tons (2,803.8 US\$ mill) in 2016.

The Ukrainian chocolate market is highly concentrated. More than 65 % of the market is shared by the top five companies: Roshen, Conti, AVK, Biscuit-Chocolate and ZhytomyrskyLasoschy. Small companies prefer avoiding competition with larger companies and instead, try to occupy niche markets.

Having analyzed numerous researches, news and statistics there's the way to believe that nowadays the Ukrainian chocolate is catching up with the European one. The latest news states that the EU wants a 50 % import tax on the Ukrainian candy, fearing competition for EU-made confectionary goods.

Having made some research and analysis we would like to present the main stages worked out by us. We believe that these stages can make the Ukrainian chocolate better and more valuable, and in that way benefit the Ukrainian economy. The plan is the following:

- Create a product that is different from our competitors'.
- Conduct an internal reorganization.

- Position the new brand on the market, and win the trust of the target audience.

The main requirement for premium products is their uniqueness. The uniqueness should be in all the basic parameters: form, taste, packaging design, and advertising image. And here one should not waste time and money if Ukraine wants its product to work for its economy in the future.

Simultaneously with the creation of a new product, all the structural divisions of the Ukrainian chocolate companies should be reorganized. The process should start with the analysis of the production chain, ranging from raw materials procurement to sales and promotion, and involve the distribution of premium product that covers not only wholesaling but also practicing the product entry into the food chains, luxury shops, and food boutiques.

It is important to pinpoint the target audience and gain its trust. Therefore, it is required to conduct the degustation of the chocolate, invest heavily in creating a culture of chocolate consumption, and try to use the chocolate as an exclusive accessory, revealing the identity of the consumer who prefers the best quality standards.

In the long run these steps will make the Ukrainian chocolate the best one or at least the competitive one with the foreign chocolate. Implementing these measures and creating such a powerful market will really benefit the Ukrainian economy because in such a way we will be able to:

- Increase the export and attract the foreign consumer.
- Make Ukrainian consumers support the domestic chocolate market.
- Attract the investors.
- Increase the development of new technologies and respectively the new products.
- Employ the highly qualified personnel.

References

1. Euromonitor International (2014): Chocolate Confectionery in Ukraine-68 p., available at: <http://publishing-vak.ru/archive-2013/law-9-samuel-jason.htm>
2. Global Trade Atlas (2012), International Agricultural Trade Report Chocolate Candy, available at: www.icco.org/about-cocoa/chocolate-industry.html
3. *Lebovitz D.*: The Great Book of Chocolate — April 15, 2004.—176 p.

4. <http://www5.agr.gc.ca/resources/prod/Internet-Internet/MISB-DGSIM/ATS-SEA/PDF/6324-eng.pdf>

5. <http://worldcocoaafoundation.org/wp-content/uploads/Cocoa-Market-Update-as-of-4-1-2014.pdf>

Баранов С. М. (обліково-економічний ф-т, IV курс)

ТРАНСФОРМАЦІЙНІ ОСОБЛИВОСТІ ОБЛІКОВОГО ПРОЦЕСУ: ВІД ЗАРОДЖЕННЯ ТОВАРНИХ ВІДНОСИН ДО СЬОГОДЕННЯ

Історія є процесом динамічним, тобто, вона ніколи не стоїть на місці, а перебуває у постійному, безперервному русі. І саме тому вивчення будь-якого явища чи процесу варто починати з дослідження закономірностей його розвитку.

На першому етапі розвитку людської цивілізації письмової форми обліку не існувало, оскільки всі необхідні дані про господарську діяльність знаходилися в пам'яті людини, і не тому що у цієї людини була гарна пам'ять, а тому що її господарство було малим. Але під час так званої «неолітичної революції» (VI—IV тис. до н. е.) відбулося класове розшарування суспільства. Внаслідок нагромадження капіталу в руках певного кола осіб, гостро встала проблема обліку цього капіталу. Але варто пам'ятати, що уніфікованої форми писемності на той час ще не було. У цьому контексті зерно раціональності має вислів А. Вульфа який вважав, що «фінікійці винайшли алфавіт лише для бухгалтерії» [2, с. 26].

У Стародавньому Єгипті реєстрацію фактів господарського життя здійснювали на папірусі. Довжина сувої складала 4—5 м, висота 24—18 см (історична тенденція була спрямована на зниження розмірів цих документів). Запис вівся чорною і червоною тушшю. Робилося це для естетики, наприклад, рік писали чорною, а місяць і день — червоною, звичайні числа — чорною, підсумки — червоною тощо [1, с. 28].

Основним обліковим прийомом була інвентаризація.

Також цікавим залишається той факт, що матеріальний облік передбачав і реєстрацію кошторисних призначень. Дійсно, при VI династії ми зустрічаємо в обліку кошторис і бачимо, що реєстрація фактів господарського життя дозволяла контролювати виконання кошторисних призначень. Це підтверджується документами, що відносяться до 2500—2400 рр. до н.е. [3].

Якщо Єгипет був батьківщиною «рахівництва на вільних листах», тобто папірусі, то Месопотамія стала батьківщиною «обліку на картках». «Картки» робили з м'якої і вологої глини у вигляді пластинок. «По величині глиняні таблички від крихітних шматочків у 2 сантиметри доходять до масивних плит 30х40 сантиметрів» [1, с. 30].

На нашу думку, особливу увагу слід звернути на особливості оформлення облікових документів у Персії. Варто пам'ятати, що особливого розвитку ця імперія набула за часів царя Дарія (522—486 р. до н.е.). Величезні розміри багатонаціональної імперії призвели до того, що бухгалтери і контролери в цій імперії вели не лише облік явний, але і таємний. Основним документом стає не стільки первинний документ, у якому містяться факти господарського життя, скільки журнал анонімних листів, а людина, що займається обліком, отримує майже офіційну назву — «очі і вуха царя» [1, с. 34].

Значні особливості в організації обліку мали місце в Китаї. Сучасні автори вважають, що історія обліку в цій країні налічує 8000 років. До VII—XIII ст. н. е. тут склалася вельми розвинена система обліку матеріальних цінностей. Облікові працівники були зосереджені в трьох відділах, де фіксувався прихід, витрата і залишок цінностей. Перший і другий відділи показували рух цінностей, а третій проводив інвентаризації і виводив натуральний залишок, але не знав залишку облікового [4, с. 6]. Це призводило до того, що лише вища адміністрація мала уявлення про належне положення справ.

У Стародавній Греції облік вівся переважно на дощечках, вибілених гіпсом; інколи застосовувався папірус, але він був дуже дорогим. Для чорнових записів користувалися глиняними табличками. Греція стала батьківщиною першого рахункового приладу — абака, тут вперше з'являються гроші у вигляді монет. Це явище було істотним стрибком у розвитку обліку: гроші виступали спочатку як самостійний об'єкт обліку, далі — як засіб у розрахунках і, нарешті, у функції міри вартості вони стали вимірювати весь інвентар. Проте, оскільки в обліку фігурували монети різної чеканки, відразу стало питання про порівняння самих монет. Тут були три варіанти: спочатку їх складали по металу і вазі, потім просто по видах монет і, нарешті, за їх купівельною вартістю [1, с. 35].

Модернізація суспільства вимагала нової системи числення, оскільки римська була не ефективною. Але коли Фібоначчі (1202) ввів арабські цифри, тобто замінив традиційну римську систему числення десятковою, знадобилися більше трьох століть, щоб бухгалтери усвідомили перевагу нових цифр.

Цікаво, що довгий час люди вважали, що усне свідоцтво достовірніше письмового, бо останнє можна підроблювати, а перше підробити не можливо. Такий погляд панував аж до XIV ст. [5, с. 33]. І це призводило до того, що керівник у присутності господаря або уповноваженої на те особи повинен був вголос розповісти про все, що він бачив, чув і робив. Під час цієї доповіді велися напружені дебати між розпорядником майна, який примешував доходи, і особою, що слухає звіт.

Варто пам'ятати, що велику роль у веденні обліку відігравала церква. Прибутково-видаткові книги, які складалися на базі первинних документів чи усного свідчення, велися у двох примірниках: один у касира, інший у бухгалтера. Записи робили або як в книгах при Папі Римському Миколі III (у першій половині книги містився облік доходу, в другій — витрати), або ж заносили дані підряд, причому між записами не повинно було бути вільного місця. Особи, на яких покладали ведення касових книг, складали присягу. Для будь-якого виправлення записів потрібно було мати спеціальну постанову, якщо справа стосувалася суми, то різниця записувалася, або як дохід, або як витрати; неправильний запис не закреслювався, а підкреслювався і зверху писався правильний текст. Виправлення у всіх книгах виконував лише один спеціальний нотаріус. Залишки по книгах виводилися або щомісячно, або один раз у півріччя [1, с. 51].

Первинний облік у період Другої світової війни в Червоній армії, на жаль, не мав чіткого характеру, на відміну від первинного обліку у німців. Серед первинних документів воєнного періоду, за якими обліковувалися фізичні особи, слід виділити: списки загиблих і поранених, представлення до нагород.

Наступний етап розвитку облікового процесу, який розпочався в другій половині XX ст., характеризується поглибленням співпраці на міжнародному рівні. Саме глобалізація економічних відносин призвела до уніфікації та міжнародній стандартизації методів і принципів ведення бухгалтерського обліку.

Протягом останніх сорока років було розроблено та запроваджено Міжнародні стандарти фінансової звітності, Міжнародні стандарти контролю якості, аудиту, огляду, іншого надання впевненості та супутніх послуг, Кодекс етики професійних бухгалтерів. Усі ці стандарти діють на території України.

Варто зауважити, що сьогодні гостро постає проблема підготовки спеціалістів з обліку саме на основі міжнародних стандартів. Саме тому викладачі обліково-економічного факультету

КНЕУ привели у відповідність до міжнародних норм навчальні програми з таких фахових дисциплін бакалаврського рівня: «Бухгалтерський облік (загальна теорія)», «Фінансовий облік», «Звітність підприємств», «Облік в банках», «Облік і звітність в оподаткуванні», «Аудит», «Облік зовнішньоекономічної діяльності».

Література

1. Соколов, Я. В. История развития бухгалтерского учета [Текст] / Я. В. Соколов. — М. : Финансы и статистика, 1985. — 640 с.
2. Woolf A. H. A short history of Accountants and Accountancy. — London, 1912.
3. Лурье И. Рецензия на книгу J. Eenyi. Ostraca hieratiques. — Вестник древней истории. — 1938. — № 4.
4. Guo Daoyang. The Historical Contributions of Chinese Accounting // The Accounting Historians Notebook, — 1989. — № 2. — V. 12.
5. Edwards J. R. A History of Financial Accounting. — London — N. Y., 1989.

Бендзар О. П. (юридичний ф-т, IV курс)

ДІЯЛЬНІСТЬ МІЖНАРОДНОГО КОМЕРЦІЙНОГО АРБІТРАЖУ В УКРАЇНІ: АКТУАЛЬНІ ПРОБЛЕМИ ТА ПЕРСПЕКТИВИ ВИРІШЕННЯ

Актуальність дослідження. У сучасному світі ми спостерігаємо невпинне зростання зовнішньоекономічних відносин, яке має наслідком збільшення спорів за зовнішньоекономічними договорами. Лідерами у вирішенні спорів даної категорії справедливо вважаються МКА.

Міжнародний комерційний арбітраж при ТПП України, незважаючи на досить короткий період функціонування, отримав авторитет і визнання у юридичному та бізнесовому середовищах світу. Україна входить у п'ятірку європейських країн за кількістю звернень до МКАУ, що слід розглядати як показник правової держави, громадянського суспільства й демократії. Але в той же час ми одні з перших за кількістю неякісно вирішуваних справ. Це дає нам небезпідставні причини вважати, що існує чимало прогалин у правовому регулюванні діяльності МКАУ, що зводить нанівець ефективність практичного функціонування даного інституту як альтернативного способу вирішення спорів.

Стан дослідження. Вивченням проблем функціонування МКАУ та пошук дієвих засобів їх вирішення займалися ряд видатних науковців і практиків, зокрема: Василь Шкляр, Олексій Філатов, Олексій Котов, Наталя Кузніцова. Велика заслуга у становленні та реформуванні вітчизняних третейських органів, належить Побірченку Ігорю Гавриловичу. Ця людина відіграла ключову роль у становленні арбітражних органів не лише в Україні, але й в інших країнах на пострадянському просторі.

Розвиток проблематики. Проаналізувавши спеціалізоване національне та міжнародне законодавство, судову практику й доктринальні напрацювання, ми спробували виділити найважливіші проблеми правового регулювання роботи МКАУ та запропонувати реальні виходи їх вирішення.

Недовіру викликає існуючий в Україні порядок застосування забезпечувальних заходів на підтримку міжнародного арбітражу на стадії розгляду справи в арбітражі, що призводить до погіршення привабливості МКАУ в цілому. Отже, ЗУ «Про МКА» наділяє арбітрів правом щодо забезпечення позову. Так, відповідно до ст. 4 Регламенту МКАУ Голова МКА, а після формування складу Арбітражного суду — склад Арбітражного суду, на прохання будь-якої сторони, якщо визнає це прохання виправданою, може встановити розмір і форму забезпечення позову. Постанова МКАС про встановлення розміру та форми забезпечення позову є обов'язковим для сторін і діє до винесення остаточного арбітражного рішення. Звернення сторони до державного суду до або під час арбітражного розгляду з проханням про вжиття забезпечувальних заходів і винесення судом ухвали про вжиття таких заходів не є несумісними з арбітражною угодою. Проте безпосереднє звернення до органів примусового виконання рішень із заявою про вжиття забезпечувальних заходів на стадії розгляду справи в арбітражі — забороняється.

Чинна редакція ЗУ «Про виконавче провадження» містить вичерпний перелік документів, на підставі яких органи державної виконавчої служби уповноважені відкривати виконавче провадження та здійснювати примусове виконання. Будь-які рішення чи постанови арбітражних судів до цього переліку не входять. При цьому важливо також зазначити, що нова редакція Типового закону ЮНІСТРАЛ від 2006 року передбачає розширене регламентування положень про вжиття забезпечувальних заходів. Зокрема, вказаним законом передбачений режим визнання і приведення у виконання забезпечувальних заходів, який побудований за аналогією із режимом визнання і приведення у виконання ар-

бітражних рішень. Проте вказані зміни не були імплементовані в національне законодавство України. На нашу думку, рицепсія відповідних положень була б доречною для України. Оскільки характер спорів, особливості позовних вимог, поточна ситуація, інколи тривалість розгляду спорів потребують того, щоб позивач мав більший ступінь гарантій подальшого виконання рішення, оскільки несумлінний відповідач за період розгляду спорів може своїми діями унеможливити виконання такого рішення. Сьогодні ця проблема є складною, вона потребує цілого комплексу рішень, до яких мають залучатися державні суди, і має бути певна державна підтримка такої позиції.

Наступною проблемою, яка привернула нашу увагу, є визначення кола справ, підвідомчих МКАУ (арбітрабельність МКАУ). На перший погляд, здається, що проблема відсутня, адже ст. 1 ЗУ «МКА» чітко зазначає спори, які підлягають вирішенню. Крім того, ст. 12 ГПК України дає виключний перелік справ, підвідомчих господарським судам, і відповідно зазначає спори, які не можуть бути передані на розгляд третейських судів і МКАУ. Проте дискусійним питанням стосовно сфери компетенції арбітражного суду є питання арбітрабельності справ, пов'язаних із банкрутством. ГПК не містить прямої заборони передавати справи на вирішення МКАС. Така заборона прямо встановлюється ст. 6 ЗУ «Про третейські суди». Крім того, відповідно до ст. 77 ЗУ «Про МПП» такі справи підвідомчі виключно судам України. Втім невирішеним питанням залишається можливість розгляду в МКАС України спорів, якщо стосовно однієї з сторін порушена процедура банкрутства вже після укладення арбітражної угоди. Виникає ряд питань: що має відбуватися з арбітражною угодою та розглядом, хто має діяти в арбітражі від імені боржника, що повинен зробити склад арбітражу: продовжувати, призупинити чи припинити провадження і направити до компетентного суду. ЗУ Великобританії «Про неспроможність» не позбавляє боржника права звертатися до арбітражу, а в разі його ліквідації це право переходить до ліквідатора. У Швеції конкурсний керуючий може укладати арбітражні угоди у тій самій мірі, у якій він має право укладати мирові угоди в межах процедури банкрутства. Проте нам здається найоптимальнішим варіантом для України є той, що передбачений судовою практикою США: усі спори щодо неспроможності боржника є арбітрабельними за винятком «основних вимог» (coreclaims).

Суттєвим моментом являться також те, що національні суди не мають права переглядати арбітражні рішення по суті. Важ-

ливим у цьому питанні є роз'яснення Пленуму Верховного Суду України, а саме п. 12 постанови від 24 грудня 1999 р. № 12 «Про практику розгляду судами клопотань про визнання й виконання рішень іноземних судів та арбітражів і про скасування рішень, постановлених у порядку міжнародного комерційного арбітражу на території України». Згідно з постановою клопотання про визнання та виконання рішень іноземних судів (арбітражів) суд розглядає у визначених ними межах і не може входити в обговорення правильності цих рішень по суті, вносити в останні будь-які зміни. Незважаючи на це, національні суди часто не беруть до уваги вказані роз'яснення та розпочинають розглядати справу по суті повторно.

Окрім того, при розгляді справ про визнання рішення арбітражного суду суди хибно керуються необхідністю проведення попередніх переговорів як обов'язкової передумови перед подачею позову, неправильно трактують поняття публічного порядку.

Наша підозра щодо сумнівності вітчизняної привабливості МКАУ цілком себе виправдовує. Однак світовий досвід третейського судочинства свідчить про його ефективність як альтернативного порядку вирішення спорів, а відтак, у нашої країни є всі можливості для того, щоб шляхом вирішення саме уже вказаних проблем, шляхом планомірної та зваженої роботи в напрямку вдосконалення інституту третейських судів в Україні у майбутньому розробити дієву систему альтернативного вирішення спорів аби відчувати «на собі» усі переваги третейського судочинства.

Література

1. Конвенції про визнання та приведення до виконання арбітражних рішень від 10.06.1958.
2. Господарський процесуальний кодекс України. — ВВР. — 1992. — № 6. — Ст. 56.
3. ЗУ «Про виконавче провадження». — ВВР. — 1999. — № 24. — Ст. 207.
4. ЗУ «Про Міжнародний комерційний арбітраж». — ВВР. — 1994. — № 25 — Ст. 198.
5. ЗУ «Про міжнародне приватне право». — ВВР. — 2005. — № 32. — Ст. 422.
6. Регламенту МКАУ при ТПП від 01.05.1995.
7. ППВСУ № 13 «Про практику розгляду судами корпоративних спорів» від 13.10 2008.
8. Типовий закон ЮНСІТРАЛ від 2006 року.

РОЗВИТОК E-COMMERCE В СВІТІ ТА ВПРОВАДЖЕННЯ В УКРАЇНІ

З плином часу, частка користувачів інтернет зростає, все більше користувачів купують товари в інтернет-магазинах і на інтернет-аукціонах, оплачують послуги через Інтернет, онлайн-купівлі мають всі шанси в нашій країні стати набагато популярнішими, ніж зараз.

У цій доповіді я хочу проаналізувати розвиток e-commerce в світі та впровадження його в Україні.

Електронна комерція (від англ. e-commerce) — це сфера цифрової економіки, що включає всі фінансові та торгові транзакції, які проводяться за допомогою комп'ютерних мереж, і бізнес-процеси, пов'язані з проведенням цих транзакцій.

До електронної комерції відносять електронний обмін інформацією, електронний рух капіталу, електронну торгівлю, електронні гроші, електронний маркетинг, електронний банкінг, електронні страхові послуги.

Перші системи електронної комерції у своїй найпростішій формі з'явилися у 1960-х роках у США та використовувались головним чином у транспортних компаніях для замовлення білетів. Спочатку електронна комерція опиралася на комунікації, які не належали до Інтернет і характеризувалися використанням різноманітних автономних стандартів і протоколів.

З розвитком Інтернету в 1990-х роках виникла відповідна форма електронної комерції у формі Інтернет-магазинів, де користувачі могли замовляти товари та послуги з оплатою за допомогою банківських карток. Розвиток Інтернету став чинником значного зниження витрат використання електронної комерції завдяки низькій вартості обміну інформацією. Це також стимулювало подальший розвиток електронної комерції, серед якої сьогодні розрізняють такі рівні її призначення:

Бізнес-Бізнес (B2B — Business-to-Business) — це електронна комерція між компаніями. Цей тип має справу з відносинами між видами комерційної діяльності. Приблизно 80 % електронної комерції належать до цього типу;

Бізнес-Споживач (B2C — Business-to-Customer) — це торгівля між компаніями й споживачами, включає збирання інформації клієнтами; купівлю фізичних речей чи інформацій-

них/електронних товарів. Це друга по величині й найперша форма електронної комерції;

Споживач-Споживач (C2C) — торгівля між приватними індивідуумами або споживачами. Цей тип електронної комерції характеризується ростом електронних ринків і мережних аукціонів.

Тож можна виділити переваги та недоліки електронної комерції.

Переваги

- зниження витрат (здешевлює доставку інформації споживачеві, оскільки у вартість доставки не входять витрати на персонал, телефонні переговори, поштові витрати та витрати на друк);

- своєчасність інформації (системи електронної комерції дозволяють прискорити підготовку та доставку інформації або послуг завдяки швидкості функціонування);

- підвищення рівня обслуговування клієнтів (можливість надання відповідей на запитання в режимі он-лайн шляхом публікації в Інтернеті);

- орієнтування товарів на споживача (електронної комерції побудована на обміні інформацією, стає можливим створення нових або видозміна існуючих товарів з метою їх відповідності бажань споживача);

- поліпшення можливостей аналізу ринку і стратегічного планування.

Недоліки:

- недостатня безпека даних, що передаються через Internet;

- якість комунікацій (мала пропускна спроможність каналів і низька швидкість передачі інформації), особливо характерна для вітчизняного сегмента електронної комерції;

- мале поширення автоматизованих систем управління виробничою, фінансовою діяльністю корпоративного рівня;

- недосконалістю і частковою відсутністю належної законодавчо-нормативної бази, яка регулює діяльність бізнес-структур в Internet.

Як зазначалось, Україна у відношенні до ведення бізнесу в Інтернет сильно відстає від західних держав. Основні фактори, які гальмують розвиток українського ринку електронної комерції:

- низький рівень проникнення інтернету;

- слабо розвинена національна система електронних платежів;

- відсутність законодавчої бази, яка б регулювала процес купівлі/продажу онлайн.

Але, протягом останніх 5 років український ринок електронної комерції показував щорічне зростання на рівні 50—60 %. При цьому ринок володіє серйозним потенціалом. Зараз

%. При цьому ринок володіє серйозним потенціалом. Зараз в Україні популярності набувають продовольчі інтернет-магазини — віртуальні аналоги супермаркетів, інтернет-магазини, які продають електронну техніку (rozekta, stylus). Криза підкреслила значення інтернет-магазинів для дистрибуції техніки і деяких товарів — продажі в мережі постраждали менше, ніж у традиційній роздрібній.

Великим кроком вперед стало прийняття ВРУ законопроекту «Про електронну комерцію» від 27.11.2014 р, положення якого є засадничими, оскільки визначають організаційно-правові засади здійснення в Україні електронної комерції та поширюються на всі без винятку правовідносини, пов'язані зі здійсненням комерційної діяльності.

Отже, як будь який вид бізнесу, електронна комерція має ряд своїх переваг і недоліків, і враховуючи ті можливості, які вона відкриває, електронний бізнес повинен стати основою для створення нових ринкових моделей і відносин. Українська електронна комерція тільки на початку шляху, але зі значними перспективами розвивається, заощаджуючи час і кошти, e-commerce стає все популярнішим.

Література

1. *Юрасов А. В.* Основи електронної комерції. — М.: Гаряча лінія; Телеком, 2008.
2. *Кобелев О. А.* Електронна комерція. — М.: Дашков и Ко, 2012.
3. *Генкин А. С.* Планета Web-денег / Генкин А. С. — М.: Альпина, 2003. — 510 с.
4. *Анопій В. В.* Інтернет-торгівля: проблеми і перспективи розвитку / Анопій В. В. // Регіональна економіка. — 2003. — № 1. — С. 25.

Бичковський В. О. (фінансово-економічний ф-т, магістрант)

АЛЬТЕРНАТИВНІ КОНЦЕПЦІЇ ВАРТІСНО-ОРІЄНТОВАНОЇ ОЦІНКИ РЕЗУЛЬТАТИВНОСТІ ПІДПРИЄМСТВ

За роки еволюції економіки ефективність підприємства визначалась багатьма індикаторами від традиційних — прибутковості до новітніх — EVA. Менеджери, власники бізнесу надають перевагу

використанню традиційних відносних показників, розрахованих на базі бухгалтерської звітності як індикаторів результатів економічної діяльності, але постає питання чи зазначені показники показують реальну картину економічної ситуації на підприємстві. На жаль, більшість загальноприйнятих показників не відповідають на головні запитання бізнесу і їх результати можуть інтерпретуватися по-різному. Виникає потреба в розробці нових методів оцінки вартості та результатів діяльності підприємства, які б ліквідували недоліки вказаних показників і мали б свої переваги

Серед таких підходів, на нашу думку, слід виділити EVA-momentum підхід. Даний підхід є сучасною концепцією оцінки результативності діяльності компанії, використання якої дозволить інвесторам зробити висновки про створення вартості. Суть даної концепції зберігає ідею EVA підходу, за якого економічна додана вартість створюється лише за рахунок перевищення рентабельності інвестованого капіталу над вартістю залучення самого капіталу. Проте показник EVA-momentum оброблюється як відношення зміни економічно доданої вартості до розміру виручки минулого періоду.

Перевагами даного показника є те, що по-перше даний показник скоригований на ризик, тобто мається на увазі, що EVA-momentum показує, який бізнес збільшує свою вартість, лише після відповідної поправки на ризик доходів, які були повернені. З іншого боку, показник є досить легким для сприйняття індикатором створення вартості і результативності бізнесу. Так, наприклад, коли показник дорівнює 0, це означає, що у фірми не зростає чи спадає економічний прибуток, вона повертає ті кошти, які очкували інвестори перед початком інвестування та створюється економічно додана вартість на підприємстві. На базі показника можна провести лінію між успішною діяльністю та невдачами — $EVA-momentum > 0$ це добре для підприємства, навпаки — погано. Можна сказати, що коли показник дорівнює 0, це і є точкою безбитковості інвестування.

Складовою EVA-momentum є показник — «EVA margin». Даний показник розраховується як відношення EVA до доходів, даний показник досягає високих розмірів за умови, якщо фірма отримує вищі показники доданої вартості за менших витрат, ніж її конкуренти. Другою складовою є показник «Ріст прибутковості», який розраховується як $EVA\ margin$ помножена на ріст доходів. Сума цих двох показників складає значення показника EVA-momentum. Дана диференціація EVA-momentum дає змогу встановити для менеджерів проблемні ділянки розвитку підприємст-

ва, відповісти на питання: Чи створюється вартість? Як швидко? За рахунок чого? Щоб виявити проблемні зони створення доданої вартості будується сітка зростання прибутковості, яка нагадує матрицю BCG, яка дає змогу встановити на якому етапі розвитку знаходиться підприємство [1]. Її вигляд представлено на рис. 1.1.

Рис. 1.1. Сітка зростання прибутковості за EVAmomentum [1]

Новим показником у світі оцінки бізнесу є iTSR (internal total shareholder return). Його ідея полягає в тому, що він відповідає на питання: за рахунок яких джерел створюються додана вартість на підприємстві, за рахунок яких джерел *EVA margin* розрахована на базі TSR. Тобто даний показник поєднує зовнішній світ — TSR (дохід від дивідендів і коливання цін акцій) і світ всередині фірми.

Фактично показник iTSR розділяється на три показника, а саме:

1. зростання прибутковості. Даний показник визначається на базі росту рівня продажів і зміни EBITDA маржі;
2. зміна мультиплікатора. За мультиплікатор прийнято брати відношення показника вартості підприємства до EBITDA;
3. дохід від CashFlow. Даний показник формується зі зміни фінансового левериджу, зміни кількості акцій і дивідендів.

Кореляція iTSR з коливаннями ціни акцій є досить високою, тому цей показник слід вважати ефективним [2].

У результаті дослідження можна зробити висновок про застосування альтернативних концепцій оцінки результативності підприємств: EVA momentum дає менеджерам нову сильну діагностичну концепцію, яка в результаті дає змогу легко зрозуміти, як добре функціонує бізнес у плані результативності. Відповідь на питання, як створюється вартість, дасть змогу менеджерам краще приймати рішення, які будуть базуватися на розрахунку iTSR.

Література

1. Stewart: EVA Momentum: The One Ratio That Tells the Whole Story, Journal of Applied Corporate Finance, Spring 2009.
2. BCG (2013), Unlocking new sources of value creation. Режим доступу: https://www.bcgperspectives.com/Images/BCG_Unlocking_New_Sources_of_Value_Creation_Sep_2013_tcm80-143806.pdf

Бородай В.О., Пацьора Т.В. (кредитно-економічний ф-т, IV курс)

ТЕОРІЯ ІГОР ТА ЇЇ ЗАСТОСУВАННЯ ПРИ ПРИЙНЯТТІ УПРАВЛІНСЬКИХ РІШЕНЬ НА ПІДПРИЄМСТВІ

У процесі функціонуванні будь-якого суб'єкту необхідність прийняття ефективних рішень і визначення таких рішень залишається незмінно актуальним, оскільки такі питання є щоденною роботою для підприємства. Тому фірми потребують чітких і зрозумілих механізмів вибору найоптимальніших рішень. Вирішення даної проблеми і сформулювало мету роботи — визначення шляхів удосконалення на основі застосування теорії ігор.

Теорія ігор — це загальний аналітичний інструмент, який дозволяє дослідити питання поведінки для кожного учасників конфліктної ситуації та визначити оптимальні стратегії їх дій. Основною її перевагою є математичне моделювання відносин учасників в умовах конфлікту та пошук найоптимальніших стратегій дій для обох учасників при врахуванні цих стратегій. Головним недоліком, натомість, можна вважати надскладний математичний апарат застосовний для вирішення окремих ігор, на спрощення якого і був направлений проведений науковий пошук.

Розрізняють багато видів ігор, проте найпростішими є антагоністичні. Такі ігри можуть застосовуватись при моделюванні таких економічних процесів, як: планування посіву, постачання товарів, здійснення заходів профілактичного (попереджувального) характеру, планування випуску продукції, дії в умовах антагоністичної конкуренції та ін.

Практичні основи вирішення задач теорії ігор доцільно розглянути на прикладі. Нехай планується зростання споживання соку. За результатами маркетингових розвідок стало відомо, що зростаючої популярності набувають яблучні соки. Розглянемо стратегії двох конкурентів — ТМ «Сандора» (стратегії А) та ТМ

«Galicia» (стратегії В). Розподіл доходів ТМ «Сандора» представимо у матричній формі в табл. 1.

Таблиця 1

МАТРИЦЯ РОЗПОДІЛУ ДОХОДІВ ДЛЯ ТМ «САНДОРА»

	В1 — Яблучний сік	В2 — Яблучно-чорничний сік	В3 — Яблучно-вишневий сік	В4 — Яблучно-чорносмородиновий сік	В5 — Яблучно-морквяний сік	min
А1 — Класичний яблучний сік	21	55	21	54	56	21
А2 — Неосвітлений яблучний сік	54	56	52	50	56	50
А3 — Морквяно-яблучний сік	21	56	20	35	50	20
max	54	56	52	54	56	

Якщо для задачі існує сідлова точка — вона і буде вирішенням. Якщо її немає, то задачі вирішуються на основі застосування змішаних стратегій. Тоді спочатку здійснюється спрощення матриці на основі застосування теореми: «якщо один з гравців дотримується своєї оптимальної змішаної стратегії, то його виграш залишається незмінним — якщо елементи одного рядка не менше відповідних елементів іншого рядка і навпаки для стовпців». Так, рядок 3 повністю домінується рядками 1 і 2. А стовпчик 5 повністю домінує всі інші стовпчики. Тому їх можна прибрати з матриці.

	В2	В3	В4
А1	21	54	54
А2	52	50	50

Рис. 1. Графічний метод розв’язку

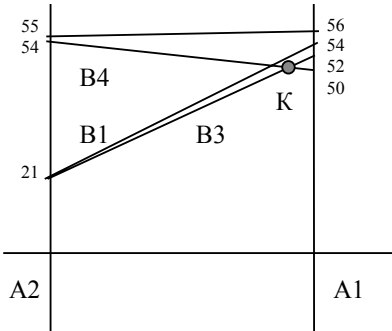


Рис. 2. Матриця стратегій, що перетнулися в точці К

Далі задачу можна вирішити графічним способом. Проводимо ординатні осі, які відповідатимуть стратегіям A1 та A2 гравця Сандора. Відповідно проставляємо на осях всі можливі значення стратегій і сполучаємо між собою лініями ті значення, які є значеннями відповідних стратегій гравця Galicia. Оскільки задача розв'язується з позиції гравця Сандора, то його стратегія характеризується як максимум серед мінімумів. Отже, розв'язком гри буде перетин відповідних стратегій найвищій точці серед найближчих до осі абсцис прямих (рис. 1).

На основі даних про стратегії, що перетнулися, формуємо нову матрицю (рис. 2). Розв'язується на основі визначення ймовірностей стратегій з формул:

1. Для гравця A ймовірності першої та другої стратегій відповідно:

$$x1 = \frac{a_{22} - a_{21}}{a_{11} + a_{22} - a_{12} - a_{21}} \quad x2 = \frac{a_{11} - a_{12}}{a_{11} + a_{22} - a_{12} - a_{21}} .$$

2. Для гравця B, відповідно:

$$y1 = \frac{a_{22} - a_{12}}{a_{11} + a_{22} - a_{12} - a_{21}} \quad y2 = \frac{a_{11} - a_{21}}{a_{11} + a_{22} - a_{12} - a_{21}} .$$

Отже, підприємству Сандора доцільно обирати стратегію A2 з ймовірністю 94,3 %, а A1 — з ймовірністю 5,7 %. Оптимальне рішення антагоністичної гри можна знайти за допомогою: приведення до задачі лінійного програмування і вирішення симплекс методом, модуля Excel «Пошук рішення», методу ітерацій Брауна-Робінсона.

Отже, теорію ігор можна застосовувати при вирішенні конкретних стратегічних завдань, а необхідність застосування складного математичного апарату відсутня у випадку застосування спрощень і графічного й алгебраїчного методу розв'язку задачі.

Література

1. Дубина И. Н. Основы теории экономических игр : [учеб. пособие] / И. Н. Дубина. — М. : КНОРУС, 2010. — 208 с.
2. Воробьев Н. Н. Основы теории игр. Бескоалиционные игры / Н. Н. Воробьев. — М. : Наука, Гл. ред. физ.-мат. лит., 1984. — 495 с.
3. Бахмет Г. К. Конфліктні керовані ситуації: практикум / Г. К. Бахмет, В. А. Ванін, Н. А. Українець — Х. : ХАІ, 2011. — 35 с.

МАРКЕТИНГ В ІТ-ІНДУСТРІЇ: ОСОБЛИВОСТІ ТА РЕАЛЬНІ ПРИКЛАДИ УКРАЇНСЬКИХ КОМПАНІЙ

ІТ-індустрія — це єдина галузь економіки України, яка наразі процвітає, незважаючи на загальну кризу і падіння гривні. Об'єм ринку ІТ-послуг за 2014 рік приблизно дорівнює 2 млрд дол. [1].

Особливості ІТ продуктів/послуг:

- технічно складні;
- передаються клієнтам за допомогою електронних носіїв та Інтернету;
- висока ступінь кастомізації під специфічні потреби клієнтів;
- висока вартість;
- необхідність подальшого технічного обслуговування;
- високий рівень конкуренції, наявність продуктів заміників [2].

Лідери українського ІТ ринку (Luxoft, EPAM Systems, SoftServe, Global Logic, Ciklum) [3].

Маркетинг у сфері Інформаційних технологій поділяється на продуктовий маркетинг (маркетинг щодо готових ІТ рішень — програмного забезпечення, мобільних додатків, ігор) і маркетинг в аутсорсинговому бізнесі (найбільшу роль відіграють персональні продажі), тобто маркетинг послуг.

Основні завдання маркетингу в ІТ:

- побудова бренду, репутації;
- створення іміджу компанії (гарного роботодавця, надійного постачальника послуг, експерта в індустрії);
- впізнаваність компанії (як для клієнтів, так і для потенційних робітників);
- лояльність (як клієнтів, так і робітників);
- інтерактивність;
- донесення головних цінностей, ідей, інновацій, новин до суспільства.

Інструменти маркетингу, які використовують в ІТ:

- персональний продаж;
- маркетинг подій (вебінари, конференції, майстер-класи);
- розвинутий внутрішній маркетинг (конференції, тренінги, бонуси для робітників, підтримка соціальних проектів, підтримка ініціатив працівників тощо);

- digital (website, mobile apps, Augmented Reality (доповнена реальність));
- прямий маркетинг (email-розсилка);
- PR (коментарі для ЗМІ, прес-релізи, статті, інтерв'ю);
- Інтернет-маркетинг, SMM.

Персональні продажі відіграють ключову роль. Лише встановлення персональних довірчих стосунків є запорукою успіху. Направленість на встановлення партнерських стосунків як з українськими компаніями, так із іноземними. Це можуть бути партнерські ІТ-компанії, які будуть передавати деякі замовлення Вашій компанії за певний відсоток від угоди (зазвичай, 10 %), або компанії не із ІТ-індустрії, які будуть рекомендувати Вашу компанію своїм клієнтам, друзям, знайомим.

Найбільша складність для українського маркетинголога — знаходитися в Україні, а спілкуватися з клієнтами закордоном. Вирішення — шукати партнерів, які будуть виконувати роль менеджера з продажів / з розвитку бізнесу, або — переїхати в Америку/Європу самому, щоб здійснювати пряму комунікацію з клієнтами.

Канали комунікації:

1. веб-сайт — інформативність, чіткий опис послуг, наявність портфоліо, контактної інформації;
2. блог — цікавий контент на англійській мові, бажання ділитися корисною інформацією, обов'язкове редагування статей. Обов'язкова функція «підписатися на розсилку»;
3. конференції — використання конференцій як площадок для спілкування, знайомств, встановлення партнерських відносин. Можливість бути спікером — показ своєї компанії у кращому світлі, створення репутації собі та компанії. Бути організатором конференцій — для крупних компаній, компаній-лідерів ринку чи асоціацій;
4. проведення вебінарів — залучення цільової аудиторії, репутація;
5. проведення майстер-класів, лекцій, семінарів — залучення невеликої кількості учасників, спрямованість на подальший продаж своїх консультаційних/освітніх послуг, репутація, спілкування з потенційними робітниками, партнерами;
6. створення профайлів на професійних платформах, наприклад Elance, Odesk, CrunchBase, Usupport;
7. створення корпоративних профайлів у соціальних мережах;
8. співпраця зі ЗМІ, блогами (особливо із іноземними).

Наприклад, компанія Ciklum влаштовує масштабні конференції — IT Jam «Meet&Mix!», виступи технічних спеціалістів, приймає участь у конференціях в Європі (напр., Agile Eastern Europe Conference). Компанія Luxoft активно веде сторінки в соціальних мережах, висвітлює актуальні вакансії, співробітники компанії ведуть блог, приймають участь у конференціях. Менші компанії активно, такі як Yalantis, активно ведуть блоги, пишуть статті для профільних видань і сайтів (наприклад, GitHub, DOU), знімають цікаві відео про компанію, відвідують конференції та встановлюють партнерські відносини з іншими компаніями.

Таким чином, для маркетолога в IT-індустрії наразі є багато перспектив, бо цей ринок розвивається, проте є і складнощі, які треба долати за допомогою особливих інструментів, характерних для даної індустрії. Треба постійно вдосконалювати як партнерські стосунки, так і внутрішній маркетинг, щоб зацікавлювати експертів галузі працювати саме у Вашій компанії.

Література

1. Кирилов І. «Український ринок IT: життя після революції», 2014: [Електронний ресурс] / Кирилов І. — Режим доступу: http://www.sib.com.ua/arhiv_2014/2014_1/statia_1_2/statia_1_2_2014.htm
2. Міхеев К. М. «Особливості формування конкурентних переваг компаній на російському ринку IT — послуг» «, 2014: [Електронний ресурс] / Міхеев К.М. — Режим доступу: <http://www.jurnal.org/articles/2007/ekon49.html>
3. Рейтинг IT компаній, 2015: [Електронний ресурс] — Режим доступу: <http://dou.ua/lenta/articles/top-25-jan-2015/>

Булах А. О. (фінансово-економічний ф-т, 3 курс)

ПРОБЛЕМИ Ф'ЮЧЕРСНОЇ ТОРГІВЛІ НА ФОНДОВОМУ РИНКУ УКРАЇНИ

Ф'ючерсна торгівля включає в себе купівлю-продаж ф'ючерсного контракту. Ф'ючерсний контракт, у свою чергу, — біржова угода між двома суб'єктами, яка передбачає зобов'язання сторін купити-продати базовий актив у зазначений термін у майбутньому на визначених умовах, з фіксацією цін на момент виконання зобов'язань сторонами контракту. Проте сама поставка біржового активу здійснюється лише в 1—2 % випадків, в інших — погашаються зобов'язання угоди по ф'ючерсному контракту шля-

хом закриття позиції через укладення офсетної угоди. Ф'ючерсна торгівля є однією з вагомих складових у системі управління ризиками, основною метою якої можна назвати хеджування та спекуляцію.

На сьогодні торгівля ф'ючерсами в Україні проводиться лише на двох біржах: «Українська біржа» та біржа «Перспектива». На останній існує торгівля контрактами на курси валют, на індекси UIRD і KievPrime. На «Українській біржі» на початку 2015 року були запущені валютні ф'ючерси, а також існує торгівля на ціну однієї унції золота та на індекс українських акцій. Усі ф'ючерсні контракти є розрахунковими, тобто поставка за ними не проводиться.

Проблеми, які не дають змоги розвиватись ф'ючерсному ринку в Україні, пов'язані як із загальною економічною ситуацією (глобальні фактори), так і з окремими проблемами на фондовому ринку. Глобальні включають: економічну та політичну нестабільність, яка гальмує соціально-економічний розвиток, негативний стан валютно-фінансової системи в державі, неадекватне законодавчо-нормативне регулювання як ф'ючерсної торгівлі, так і торгівлі іншими деривативами тощо. До проблем фондового ринку можна віднести: високу ризиковість проведення операцій, у тому числі низький рівень ліквідності фондового ринку, нестачу кваліфікованого персоналу та фахівців біржової торгівлі, відсутність необхідної інфраструктури біржової торгівлі та ін.

Вирішення зазначених проблем має бути відповідним: підвищення рівня економічного розвитку в державі шляхом вирішення воєнного конфлікту, що дасть змогу залучити іноземні інвестиції, на законодавчому рівні регламентувати діяльність у сфері торгівлі похідними цінними паперами, стимулювати розвиток фондового ринку, що полягатиме у створенні робочих груп та організації систематичної підготовки спеціалістів у біржовій сфері, формуванні ефективної системи захисту прав та інтересів інвесторів, забезпеченні відповідної біржової інфраструктури тощо.

Торгівля ф'ючерсами є поширеною у багатьох країнах, особливо в провідних фінансових центрах, оскільки дозволяє ефективно управляти ризиками та дає можливість вивести з тіні значні обсяги коштів, залучити та вберегти можливих інвесторів і загалом прогнозувати майбутню кон'юнктуру ринків, саме тому доцільність розвитку ф'ючерсної торгівлі в Україні є беззаперечною.

Література

1. *Сохацька О. М.* Біржова справа: Підручник. — 2-ге вид. змін. й доп. — Тернопіль: Карт-бланш; К.: Кондор, 2008.
2. Сайти фондових бірж. Режим доступу: <http://fbp.com.ua/>, <http://www.ux.ua/>.
3. *Євгенія Резніченко*: «Радості і труднощі ф'ючерсної торгівлі: посібник користувача». Режим доступу: http://ua.prostobank.ua/finansoviy_gid/investitsiyi/statti/radosti_i_trudnoschi_f_yuchersnoyi_torgivli_posibnik_koristuvacha
4. *Примостка Л. О.* Фінансовий менеджмент у банку: Підручник. — 2-ге вид., доп. і перероб. — К.: КНЕУ, 2004. Режим доступу: <http://buklib.net/books/21908/>
5. *Спиридонов А. В.* «Проблеми фондового ринку України та шляхи їх вирішення». Режим доступу: <http://nauka.zinet.info/6/spyrydonov.php>

Буткевич О. А. (фінансово-економічний факультет, магістрент)

ДЕРЖАВА VS КЕРІВНИКИ БЮДЖЕТНИХ УСТАНОВ: АКТУАЛЬНІ ПИТАННЯ КОШТОРИСНОГО ФІНАНСУВАННЯ В УКРАЇНІ

Методи сучасного менеджменту на державному рівні є неефективними. Неузгодженість цілей, рішень і дій між державою та керівниками бюджетних установ призводять до катастрофічних наслідків — «чорних дір» у бюджеті. А так як кошторисне фінансування є основною формою бюджетного фінансування бюджетних установ в Україні, то доречно розглянути актуальні питання, які виникають під час його реалізації.

Складним залишається питання щодо законодавчого регулювання використання коштів спеціального фонду бюджетними установами, особливо такої його складової як власні надходження [1; 3]. Слід зазначити, що вперше єдиний бюджетний фонд був поділений на загальний і спеціальний у 2000 році [2]. У результаті цього власні надходження бюджетних установ переводилися із відповідних банківських установ до органів Казначейства. Після переходу на казначейську систему виконання Державного бюджету України у 2001 році та введення єдиного казначейського рахунку, Державне казначейство України отримало повний доступ до всіх ресурсів бюджетних установ у будь-який момент часу. Звичайно, ця зміна сприяла підвищенню контролю за витра-

чанням бюджетних коштів і прозорості виконання бюджету на всіх рівнях. Однак, поряд із цим, повне підпорядкування всіх ресурсів установ зменшує їх конкурентні переваги при веденні господарської діяльності. Отримання власних коштів через Казначейство не дає можливості керівникам бюджетних установ оперативно ними управляти. Також відіграє негативну роль фактор «пролежування» коштів на рахунку, тобто гроші є, але вони не «працюють». Якщо повернутися до практики зберігання коштів на рахунку у банку, а не на єдиному казначейському рахунку, то можна отримати додатковий дохід у вигляді відсотків, що нараховуються на залишок по поточному рахунку. Ці кошти можна буде використовувати без обмежень і втрати відсотків. Наряду з цим, фінансовий підрозділ бюджетної установи може розрахувати суму коштів по спеціальному фонду кошторису, яку можна розмістити на строковий депозит, відсотки за яким, як правило, вищі. Отриманий дохід установа матиме можливість використовувати для забезпечення капітальних видатків. І, як наслідок, зменшиться бюрократичний тиск на установу та відкриється можливість оперативного управління коштами.

Варто пам'ятати, що кошторисне фінансування не зможе працювати ефективно, якщо не вирішити поточних, щоденних питань під час його виконання. На кінець року вносяться зміни до спеціального фонду кошторису на залишок коштів, які знаходяться на реєстраційному рахунку в Казначействі, але не включені до кошторису поточного року [4], тобто на суму перевищення фактичного надходження коштів над плановими. Для цього готується Довідка змін до кошторису (затверджується вищестоящою організацією) на основі Довідки Казначейства про підтвердження наявності коштів на реєстраційному рахунку та розрахунок до кошторису. На практиці в розрахунку розписуються «фіктивні» видатки на суму перевищення. Виникає проблема порядку внесення змін до спеціального фонду кошторису в кінці року. Так, як кошти по спеціальному фонду вже знаходяться на спеціальному реєстраційному рахунку в Казначействі, то в кошторисі їх необхідно відображати за кодом економічної класифікації 9000 «Нерозподілені видатки» без проведення розрахунків, адже сам цей процес дуже трудомісткий і не має економічної доцільності.

Керуючись п. 7 ст. 13 Бюджетного кодексу України 2010 року [1], виникає така проблема: при недофінансуванні по загальному фонду установі забороняється використовувати для покриття потреби кошти спеціального фонду. Виходить замкнене коло, адже кошти загального фонду напряму прив'язані до економічної та соці-

ально-політичної ситуації в країні. За сьогоднішньої кризи в Україні, недофінансування стало реальністю, із якою зіткнулися багато керівників бюджетних установ, а із одночасною заборорою використання коштів спеціального фонду виникає практично катастрофічна ситуація. Необхідно спростити процедуру використання коштів спеціального фонду за умови недофінансування загального фонду для страхування ризику недоотримання коштів.

Нелегкою для бюджетної установи є співпраця із Казначейством через відсутність електронного обміну інформацією, застарілі методи передачі даних (на дискетах) і необхідність щоденного відвідування установи [5]. Необхідно реорганізувати роботу, а саме запровадити до кінця 2015 року програмно-технічний комплекс «Клієнт Казначейства — Казначейство» та максимально наблизити окремі територіальні управління Казначейства до формату комерційних банків.

Отже, для гармонізації співпраці держави і керівників бюджетних установ необхідно: дозволити зберігати власні кошти бюджетних установ на банківському рахунку для збільшення економічного ефекту від їх використання; спростити процедуру відображення фактичного перевищення планових надходжень по спеціальному фонду на кінець року; за умов недофінансування загального фонду дозволити використовувати кошти спеціального фонду для попередження виникнення негативних наслідків; оптимізувати роботу із Казначейством для спрощення процесу виконання кошторису і економії бюджетних коштів.

Література

1. Бюджетний Кодекс України // Відомості Верховної Ради України (ВВР). — 2010. — № 50—51. — Ст. 572.
2. Закон України «Про Державний бюджет України на 2000 рік» // Відомості Верховної Ради України (ВВР). — 2000. — № 14—16. — Ст. 121.
3. Постанова Кабінету Міністрів України та Національного Банку України «Про заходи щодо залучення додаткових надходжень до бюджету та підвищення ефективності витрачання бюджетних коштів для забезпечення фінансування соціальних виплат населенню» від 31 серпня 1996 р. № 1033.
4. Постанова Кабінету Міністрів України «Про затвердження Порядку складання, розгляду, затвердження та основних вимог до виконання кошторисів бюджетних установ» від 28 лютого 2002 р. № 228.
5. Офіційний веб-сайт Державної казначейської служби України. Режим доступу: <http://treasury.gov.ua/main/uk/index>.

МЕТОДИ ЗБІЛЬШЕННЯ ПРОДУКТИВНОСТІ КОМП'ЮТЕРІВ

Кожен з активних користувачів комп'ютера не раз задумувався про те, чому їхня система така повільна, зависає, вимикається і деякі програми (ігри) мають невелику кількість FPS (frame per screen). Я пропоную розігнати систему на 10 %, 20, 30 і навіть 70—80 %.

Розгін, оверклокінг (від англ. *overclocking*) — підвищення швидкодії компонентів комп'ютера за рахунок експлуатації їх у форсованих (позаштатних) режимах роботи.

Існує багато способів розгону комп'ютера, але найефективнішими є:

- розгін ЦП і пам'яті за допомогою BIOS комп'ютера;
- розгін відеокарт за допомогою BIOS відеоадаптера.

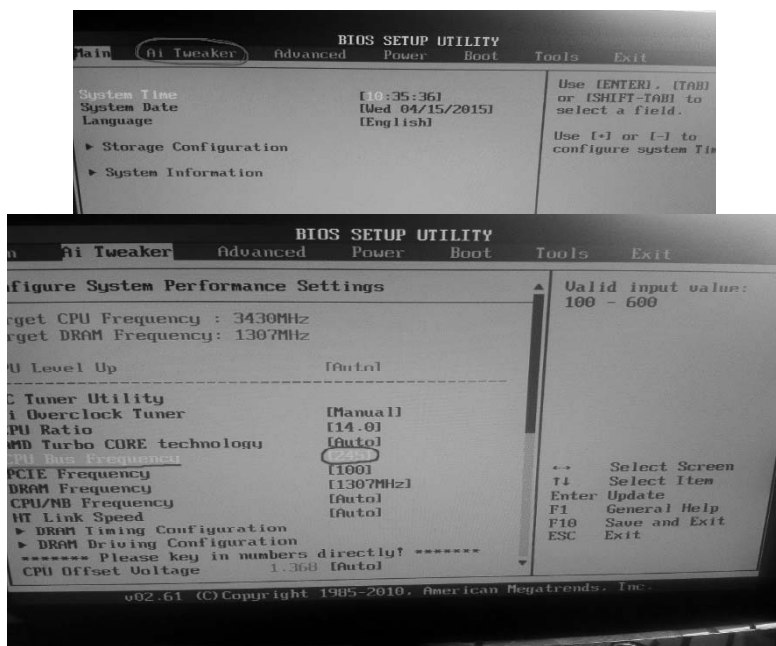
BIOS багатьох материнських плат дозволяє експлуатувати центральний процесор і пам'ять у форсованих режимах. Деякі виробники навіть випускають материнські плати, які мають багато пристосувань, що полегшують розгін:

- поліпшене охолодження чіпсета, компонування елементів спрощує організацію ефективного охолодження;
- радіатори на імпульсних MOSFET — транзисторах перетворювачів живлення процесора;
- розширені налаштування BIOS зі збільшеними діапазонами регулювання напруг.

Для розгону процесора застосовується зміна множника (параметри Multiplier, CPU Ratio), зміна частоти системної шини (параметри FSB Frequency, Host Frequency, Host Speed і т. д.) або обидві процедури. Розгін пам'яті здійснюється збільшенням частоти, яке, в свою чергу, досягається підбором дільника частоти системної шини (параметри Memory Mode, Memory Speed і т. д.). Розгін пам'яті також здійснюється модифікацією затримок (таймінгів) (параметри TRas, TCas, Precharge Delay і т. д., їх число може доходити, залежно від моделі материнської плати, до 50).

Алгоритм дій під час розгону системи на прикладі моєї системи:

1. Під час включення комп'ютера входимо в систему BIOS.



2. Заходимо у вкладку «Ai Tweaker»

3. Знаходимо параметр «CPU Bus Frequency» і виставляємо значення на 20—30 більше, ніж стояло.

Після цього дивимося на значення Mhz вище. Моє значення підвищилося на 600—650 mhz.

Процесор розігнаний. Інстальюємо CPU-z і AIDA і дивимся на значення потужності і температуру головного процесора. Оптимальна температура після розгону є до 45 градусів без навантаження.

Розгін відеокарт за допомогою BIOS відеоадаптера.

Більшість сучасних відеоадаптерів володіють можливістю модифікації власної BIOS. Модифікований BIOS відеоадаптера мо-

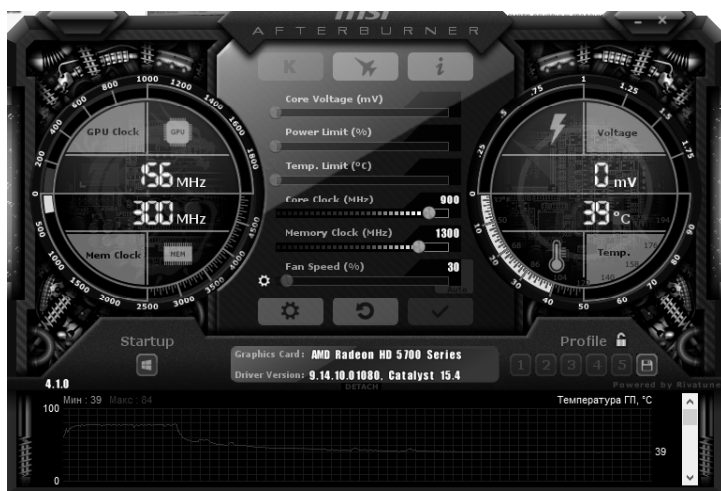
же містити підвищені частоти відеопроцесора і пам'яті, а також змінені таймінги.

Програми, які використовуються для модифікації BIOS відео-адаптерів:

- **NiBiTor** — модифікація BIOS відеокарт NVIDIA;
- **RaBiT** — модифікація BIOS відеокарт ATI;
- **MDCyber** — модифікація BIOS відеокарт ATI+NVIDIA+ALL.

На прикладі MSI afterburner розглянемо розгін відеокарти.

Core Clock — є основним параметром, який ми будемо підвищувати. Насамперед, як і в BIOS при розгоні ЦП, ми будемо підвищувати значення на небагато, щоб не спричинити дефекти в системі. Fan Speed — ставимо на Auto.



Після даної процедури я отримав надбавку до FPS (кадрів за секунду) і покращену дієздатність мого комп'ютера.

Література

1. <http://www.windxp.com.ru/overclocking.htm>
2. https://ru.wikipedia.org/wiki/%D0%A0%D0%B0%D0%B7%D0%B3%D0%BE%D0%BD_%D0%BA%D0%BE%D0%BC%D0%BF%D1%8C%D1%8E%D1%82%D0%

СТАТИСТИЧНИЙ АНАЛІЗ ЕКОЛОГІЗАЦІЇ ПРОМИСЛОВОСТІ

У контексті забезпечення сталого розвитку України необхідна принципово нова система промислового виробництва, яка забезпечить раціональне використання природних ресурсів з мінімальним навантаженням на довкілля. Це пов'язано з деструктивним впливом промисловості на навколишнє середовище. Так, на підприємства енергетики, металургії, хімічної та нафтопереробної промисловості припадає 91,3 % усіх викидів шкідливих речовин стаціонарними джерелами. Значні забруднення атмосферного повітря припускають розробку та реалізацію заходів щодо зниження викидів шкідливих речовин шляхом екологізації промислового виробництва.

Екологізація — це процес неухильного і послідовного впровадження систем технологічних, управлінських, юридичних та інших рішень, що дозволяють підвищити ефективність використання природних ресурсів поряд зі збереженням якості природи.

Найактуальнішою є проблема визначення пріоритетів екологізації, серед яких особливо слід виділити процедуру екологічної сертифікації. Саме необхідність забезпечення конкурентоспроможності продукції на міжнародному ринку вимагає її сертифікації і, як наслідок, екологізацію всього виробництва. Такий підхід передбачає впровадження процесів екологізації на всіх етапах життєвого циклу продукції. На сьогодні статистикою враховуються тільки викиди шкідливих речовин у процесі виробництва, що вимагає серйознішого використання статистичних методів для їх кількісного оцінювання. На даний момент налічується 3 етапи: організаційний, національний і міжнародний.

Система стандартів ISO 14000 — серія міжнародних стандартів щодо створення системи екологічного менеджменту. Документи, що входять у систему, можна умовно розділити на три основні групи:

- принципи екологічного менеджменту (EMS);
- інструменти екологічного контролю та оцінки;
- стандарти, орієнтовані на продукцію.

Для аналізу характеристики екологізації промисловості найзначимішим є взаємозв'язок між викидами забруднюючих речовин в атмосферне повітря, утворенням відходів по регіонах України, ВРП і капітальними інвестиціями по регіонах України.

На основі даного взаємозв'язку було побудоване групування, гіпотеза якої полягає в тому, що в умовах екологізації виробництва збільшення ВРП супроводжується зниженням викидів.

Аналогічно були розраховані коефіцієнти локалізації, які показали, що по співвідношенню показників утворення відходів і капітальним інвестиціям найзабрудненішими вважаються: Донецька, Луганська, Кіровоградська, Дніпропетровська області, решта ж областей залишаються на приблизно одному рівні, а саме є відносно чистими. Відповідно можна зробити висновки і за показниками викидів і ВРП: тут найзабрудненішими вважаються Вінницька, Запорізька, Івано-Франківська, Дніпропетровська, Луганська та Донецька області. Дніпропетровська область є перша за утворенням відходів в Україні.

За результатами аналітичного групування регіонів України можна зробити висновок, що для Львівської, Одеської, Київської та Харківської областей збільшення ВРП на 1 млн грн у середньому призводить до зниження викидів на 1 т, тобто саме в цих регіонах можна говорити про екологізацію виробництва. Проте досягнення регіоном ВРП позначки > 108 млрд грн фактично означає, що даний результат досягається за рахунок шкідливого екологічного виробництва. Цей результат, говорить про те, що при складанні програми розвитку промисловості Донецької і Дніпропетровської областях слід перейняти досвід у Львівської, Одеської, Київської та Харківської областях.

Для визначення характеру і сили зв'язку між викидами забруднюючих речовин з ВЕД і кількістю інноваційно активних промислових підприємств з ВЕД був розрахований коефіцієнт рангової кореляції. Як виявилось, щільність зв'язку між аналізованими показниками пряма і досить тісна. При цьому на 25 % існує узгодженість інноваційної діяльності промислових підприємств з приводу зниження викидів забруднюючих речовин в атмосферне повітря, а на 75 % дана діяльність не узгоджена з процесами екологізації промислового виробництва.

Основним результатом екологізації промисловості є зниження її енергоємності, що досить актуально в умовах залежності України від енергетичного імпорту.

Так, енергоємність ВВП України за період 2005—2014 рр. знизилася на 15 % і склала 62 кг у.п. на 100 грн. Проте даний показник є досить високим порівняно з розвиненими країнами. На ряду з Україною так само Китай, Нігерія, ПАР, Росія, Саудівська Аравія — це в основному індустріальні країни або виробники енергії. Країнами з низькою енергоємністю є: Великобританія,

Туреччина, Швейцарія та Іспанія — це країни або з високою часткою туризму, або з дуже розвиненим фінансовим сектором. Зокрема Україна виділяється високим потенціалом зростання ВВП.

На даний момент проблема екологізації промисловості України не може бути вирішена повністю через низку відмічених причин, але, як показує досвід зарубіжних країн, це можливо тільки при прийнятті кардинальних заходів і відповідних вкладень капітальних інвестицій.

Література

1. Медоуз Д. Х. За межами зростання / Д. Х. Медоуз, Д.Л. Медоуз, І Рандерс. — М.: Прогрес, 1994. — 359 с.
2. Форрестер Дж. Світова динаміка / Форрестер Дж. — М.: Наука, 1978. — 248 с.
3. Тарасова Н. П. Індекси та індикатори сталого розвитку / Н. П. Тарасова, Е. Б. Журба [Електронний ресурс]. — Режим доступу: <<http://www.cawater-info.net/>>
4. Мельник Л.Г. Соціально-економічний потенціал сталого розвитку / Л. Л. Хенс, Л. Г. Мельник. — Суми: ВТД «Університетська книга», 2007. — 1120 с.
5. Мельник Л. Г. Екологічна економіка / Л.Г. Мельник. — Суми: ВТД «Університетська книга», 2002. — 346 с.

Галян М.В. (ф-т економіки та управління, магістрант)

НАСЛІДКИ ТА ШЛЯХИ МІНІМІЗАЦІЇ ВАЛЮТНИХ ШОКІВ ЕКОНОМІКИ УКРАЇНИ

Складні економічні процеси протягом 2008—2015 років доводять важливість дослідження питання якісного регулювання обмінного курсу національної валюти. Відсутність можливості довгострокового планування економічними агентами своєї діяльності через відсутність розуміння оптимальної ставки дисконтування та вартості грошей у часі призводить до відтоку капіталу з України в економіку інших країн.

Наявна група проблем у сфері дослідження валютного шоку. Незважаючи на те, що значна кількість вітчизняних і зарубіжних авторів досліджує різні аспекти пов'язані з валютним шоком, немає чіткого визначення цього поняття. Іншою проблемою є необхідність опису валютного шоку для того, щоб відрізнити його від звичайної курсової волатильності. Окрім цього важливо запропо-

нувати заходи мінімізації дії валютного шоку на вітчизняну економіку у 2015 році.

Наявні такі визначення шоків. Шок (shock) — різкі екзогенні зміни в економічній системі [3]. Це означає, що шок може виникнути лише під дією зовнішніх по відношенню до системи явищ. Шок — це подія, яка сильно відрізняється від того, що очікувалося, або від такого результату, на який люди могли б розраховувати, володіючи доступною інформацією [4]. У такому визначенні проявляється суть шоку як події неочікуваної, яка є психологічно складною для суб'єктів ринку. Шокова зміна пропозиції та попиту — різке, стрибкоподібне скорочення пропозиції товару (валюти) та збільшення попиту в результаті катаклізмів (війни, тощо) [5, с. 536]. На основі цих визначень можна запропонувати власне — це вплив на внутрішній фінансовий ринок і реальну економічну діяльність стосовно різких і раптових змін у вартості валюти на національному та світових ринках.

Щодо наслідків валютного шоку, то відбуваються такі негативні явища:

- різко скоротився обсяг золотовалютних резервів, що були направлені на підтримання стабільності національної валюти [2];

- підвищується облікова ставка, що дозволяє знизити привабливість операцій купівлі іноземної валюти банками на кошти, що отримані від рефінансування;

- економічні суб'єкти зазнали значних збитків, а їх витрати різко зросли.

Відповідно до цього, НБУ проводив наступні дії: ретельна перевірка імпортних контактів; введена заборона дострокового повернення кредитів у валюті за договорами з нерезидентами, у тому числі в разі укладання додаткових угод до кредитних договорів; введена норма 75 % обов'язкового продажу валютної виручки; введена заборона виплати дивідендів за кордон; введена заборона здійснювати на продаж готівкової іноземної валюти або банківських металів одній особі в один операційний (робочий) день у сумі, що не перевищує в еквіваленті 3 000 гривень у межах однієї банківської установи.

Звичайно, у короткостроковій перспективі такий процес дозволяє згладити коливання курсу гривні. Проте у середньостроковому та довгостроковому вимірі це веде до таких проблем: зниження привабливості вітчизняної економіки для інвестора — у зв'язку з обмеженнями інвестор не впевнений у тому, що зможе без проблем вивести свої кошти; стримування притоку технологій та основних засобів; формування тіньового ринку валюти. Тому державі слід працювати в напрямку лібералізації руху валютного курсу.

Загалом у світі намітилися тенденції стимулювання девальвації національної валюти. У контексті дослідження зарубіжного досвіду для цілей його використання в Україні цікавим може виявитися досвід Китаю, який, як відомо, свідомо стримує ріст національної валюти. У Китаї слідкують за курсом юаня по відношенню до долара США для підтримання конкурентоспроможності експорту [1, с. 37].

Окрім цього на курс іноземної валюти у розвинених економіках впливають не лише тими методами, які доступні для України, а й такими специфічними методами, як розробка заходів інвестування частини валютних надходжень у зарубіжні економіки.

Можливими напрямками мінімізації негативного впливу валютного шоку на економіку є:

- розвиток вітчизняного ринку цінних паперів, що дозволяють хеджувати валютні ризики;

- підтримка ліквідності ринку валюти для мінімізації панічних настроїв;

- ухилення від введення нових обмежень на проведення валютних операцій для мінімізації панічних настроїв;

- виконання вимог МВФ та отримання міжнародних позик;

- подальше збереження облікової ставки на рівні 30 % протягом найближчих місяців.

Висновки. Отже, визначена сутність поняття валютного шоку. Запропоновані заходи мінімізації негативного впливу валютних шоків на вітчизняну економіку. Основним напрямком подальшої роботи повинна бути лібералізація валютного законодавства.

Література

1. *Изотов Д. А., Суслов Д. В.,* Валютный курс и внешняя торговля КНР / Изотов Д. А., Суслов Д. В. // Пространственная экономика. — 2009. — № 3. — С. 36—63.

2. Міжнародні резерви (за станом на кінець періоду, млн дол. США) // [електронний ресурс]. — режим доступу: <http://www.bank.gov.ua/doccatalog/document?id=45272>

3. Словарь Лопатникова [Електронний ресурс] — Режим доступу: <http://slovar-lopatrikov.ru/slovar/sh/shok/>

4. Словарь экономических терминов [Електронний ресурс] — Режим доступу: <http://www.twirpx.com/file/303259/>

5. Экономика. Толковый словарь. — М.: ИНФРА М; Издательство «Весь Мир». Дж. Блэк. Общая редакция: д.э.н. Осадчая И.М. 2000. [Електронний ресурс] — Режим доступу: http://dic.academic.ru/dic.nsf/econ_dict/22802

СИЛЬНА СЛАБКІСТЬ АБО МИСТЕЦТВО НЕНАСИЛЬНИЦЬКОГО ОПОРУ

Боротьба є необхідною умовою нашого життя. Боротьба — це рух. І немає потреби говорити, що тільки рух сприяє розвитку. На жаль, суспільство сьогодення часто ототожнює поняття «боротьба» та «наси́льство». Так, ми вправі боротися. Боротися з насильством, несправедливістю, жорстокістю, але методи нашого опору повинні викорінювати ці негативні явища, а не примножувати їх.

Один із таких ефективних методів проповідував і втілював у життя індійський мислитель, видатний політичний і громадський діяч Махатма Ганді (1869—1948). Ганді зміг не тільки по-новому поглянути на питання спротиву та боротьби, розробивши ідею ненасильницького опору (сатьяграхи), а й довести, що ненасильницький опір — це дієва концепція, що може бути втілена у житті. Актуальна мета для людства сьогодні полягає в необхідності скинути «ярмо» насильства та злоби для досягнення благотворного результату в усіх сферах нашого життя. Свій принцип непротивлення спочатку Ганді називав «пасивним опором», проте пізніше його замінило слово «сатьяграха» (сат — правда, аграх — твердість). Воно точніше змогло передати ідею цього принципу — той, хто впевнений у своїй правді та завжди твердо стоїть на ній, домагається успіху.

Втілити у життя сатьяграху здатна тільки людина, яка повністю опанувала і пізнала себе, побачила частину Бога в собі. Ганді все життя прагнув до самопізнання та досягнення стану «мокші». Для нього істина — це Бог. Вона є чільним принципом. «Я поклоняюся Богові тільки як істині» — писав він. І слідувати цій істині — обов'язок кожної людини та громадянина. Моральна чистота кожного громадянина — це запорука успішного функціонування держави в цілому. Для цього він приймає рішення про обітницю брахмачарії — безшлюбності. Згідно з його поглядами, неможливо жити, дотримуючись одночасно велінь плоті і духу. Обітниця починається з фізичних обмежень, але не обмежується ними. Удосконалення в ній попереджає появу навіть нечистих думок, тому що нечиста думка прирівнюється до скоєного зла. З бажанням дотримуватися даної обітниці пов'язані його нескінченні досліди в області дієтетики — відмова від усієї рослинної

їжі, харчування тільки сушеними фруктами і горіхами. Навіть на смертному одрі, коли, на переконання лікарів, тільки м'ясний бульйон і молоко могли врятувати йому життя, Ганді вважав за краще покласти на милість Бога. Бо він «не бажав купувати собі життя ціною відмови від своїх принципів». Усе життя Ганді та його родина, а згодом і ашрам (спільнота однодумців), успішно лікували всі хвороби компресами з землі та води. У цьому вбачається бездоганна віра Махатми Ганді, яку він проніс через усе життя. Він вважав, що «неможливо домогтися повного панування над думкою, не поклавшись повністю на милість Бога».

Релігійну складову свого вчення він переніс на ідею громадянської непокори. Так, сатьяграха ґрунтується на постулаті індуїзму — ахімсі. Ганді вважав, що ахімса — основа для пошуків істини. Прихильник ахімси залишається відданим своїй вірі в тому випадку, якщо в основі всіх його дій лежить співчуття. Ахімса єднає все життя у цілому: помилка, вчинена однією людиною, має наслідки для всіх. Коли два народи воюють, обов'язок прихильника ахімси полягає в тому, щоб зупинити війну. Людинолюбство Ганді, його прихильність правді привабили багатьох індійців з різних станів, об'єднаних спільною метою — боротьби з жорстокістю в ім'я правди.

Яким було практичне втілення ідей сатьяграхи? Почавши боротьбу за права національних меншин у Південній Африці, Ганді продовжує її в Індії, але вже щодо своїх знедолених співвітчизників. Подорожуючи країною, він з'являвся там, де утиски з боку англійської адміністрації були найбільшими. Апогей громадянського опору припадав на діяльність Ганді в місті Ахмадабад, де спалахнув конфлікт між текстильниками та роботодавцями. Розглянувши стан речей, він запропонував страйк, обумовивши правила: 1) ніколи не вдаватися до насильства; 2) ніколи не зачіпати штрайкбрехерів; 3) ні в якому разі не залежати від благодійності.

Робочі прийняли їх. Ганді зазнав переслідувань з боку влади за непокору їй приписам, на що відповів: «я знехтував приписом не через відсутність поваги до законної влади, а в ім'я підпорядкування вищому закону нашого буття — закону совісті». Ганді покірно з'являвся до суду з готовністю беззаперечно підкоритися покаранню за непокору владі. Однак саме ця покірність, як не дивно, і ставила в скрутне становище муніципалітет. Дивно, але смиренність і чесність приводили до бажаних результатів — уряд йшов на поступки. В Ахмадабаді вимоги робітників були повністю задоволені. Крім цього, Ганді займався організацією шкіл у сільській місцевості, навчанням дітей і жінок, виступав проти по-

ділу на касти, дбав про поліпшення санітарних умов. Сат'яграха являє собою процес самоочищення, а боротьба — священна. Початок сат'яграхи в Індії ознаменувався повним харталом — уся Індія від краю до краю занурилася у молитву. Це стало символом світлого початку, символом нової, оновленої боротьби за чисте майбутнє, без насильства і жорстокості.

Відмова від насильства і готовність переносити біль і страждання — це шлях впливу на розсудливість і совість противника, прагнення перетворити його в одного із своїх друзів і таким чином перервати «спіраль» зла, що породжується відповіддю насильством на насильство. Ганді вважав, що «світ зневажає прах, але шукаючий істину повинен змиритися настільки, щоб прах зміг зневажити його». Ідея сат'яграхи повстає проти низьких стихій людської природи в ім'я високих духовних цінностей. Вона примушує своїх прихильників вдосконалювати дух і тіло, вчить цілеспрямованості, відданості, всепрощення. Ключову позицію повинна зайняти боротьба, метою якої стане не поразка і знищення противника, а досягнення єдності та гармонії з ним.

Чи не ця слабкість таїть у собі найвищу силу?

Література

1. *Махатма Ганді* Моя життя / пер. с англ. Е. Г. Панфилова. — СПб.: Азбука-Аттикус, 2014. — 480 с.

Головач А. А.

(ф-т управління персоналом та маркетингу, IV курс)

ВПЛИВ ІНТЕРНЕТ МАРКЕТИНГУ НА ФОРМУВАННЯ ІМІДЖУ КОМПАНІЇ

Сучасний ринок — це мінливе, рухливе середовище, в рамках якої важливою умовою стабільності є чітке формування іміджу організації, підприємства, фірми або цілого концерну. Правильно, усвідомлено вибудований, зрозумілий споживачеві імідж сьогодні стає визначальним фактором успішності та економічного благополуччя будь-якої компанії.

У мінливій соціальній і політичній обстановці, ринкової нестабільності, при скачках валют і коливаннях кредитних ставок,

що надають концентрований, сумарний вплив на позицію суспільства, для фірми особливо важливий стійкий образ, що допомагає створювати і підтримувати позитивне, лояльне ставлення з боку потенційних і активних споживачів.

Імідж — свідомо сформований образ об'єкта, що наділяє останнього додатковими цінностями і дає можливість продукувати ті враження про об'єкт, ставлення до нього і його оцінки, які необхідні його творцеві.

Виділяють такі елементи іміджу:

- зовнішній вигляд (фірмовий стиль);
- корпоративна культура;
- якість товарів і послуг;
- рекламних акцій;
- суспільна та соціальна діяльності;
- зв'язки зі ЗМІ;
- позиціонування на ринку;
- відносини всередині компанії та інше.

Переваги мережі інтернет:

— таргетинг (точне охоплення цільової аудиторії) — географічний, часовий, по тематичним сайтам;

— трекінг — можливість аналізу поведінки відвідувачів на сайті і вдосконалення сайту, продукту і маркетингу відповідно до висновків;

— доступність (24/7 24 години на добу, 7 днів на тиждень) і гнучкість (почати, коригувати і зупинити рекламну компанію можна миттєво);

— інтерактивність: споживач може взаємодіяти з продавцем і з продуктом, вивчити його, іноді спробувати (наприклад демо-версії програм, главу книги) і, якщо підходить, — купити;

— можливість розміщення великої кількості інформації (включаючи графіку, звук, відео, спец. ефекти);

— оперативність розповсюдження і отримання інформації;

— порівняно низька вартість;

— більш сконцентрована увага користувача перед ПК, можливість розібратися в деталях.

У кожної фірми є репутація, і задача керівництва зробити її гарною. Сьогодні це життєво важливо:

— інтернет і компанія. Більше 25 % людей світу вже в Інтернеті і звикли отримувати інформацію онлайн. Як це впливає на бізнес? Репутація фірми вже не в її руках, а в руках її клієнтів. Все, що сказано онлайн, особливо у соціальних медіа, миттєво може прочитати більш ніж 2 млрд людей. Необхідний зворотний

зв'язок від клієнтів, що підкріплює позитивний образ компанії в очах інших користувачів;

— контролюйте свою онлайн-репутацію: публікувати власну інформацію — корисно, та не менш важливо знати, що думають клієнти. Слідкуйте за згадками назви компанії, продуктів, послуг, імен керівників та іншого, що можуть використовувати при обговоренні вашого бізнесу;

— будуйте свою репутацію онлайн: розуміти, що відбувається з репутацією — недостатньо. Компанія повинна будувати стійкий, позитивний імідж, і для цього їй потрібно бути проактивною. Для цього необхідна послідовна контент-стратегія, що включає регулярні публікації на сайт/блог, постинг у соцмедіа та іншу постійну комунікацію. Важливо відповідати користувачам на їх відгуки, говорити з ними зрозумілою їм мовою і постійно тримати в курсі подій.

Бути активною і актуальною сьогодні компаніям допомагають соціальні мережі, а саме створення співтовариства/групи, брендovаних додатків і цікавого тематичного контенту. Важливо зв'язати корпоративний сайт із соцмережами засобами social media optimisation (SMO). Серед інструментів SMO:

- розміщення кнопок із соціальних мереж, наприклад, кнопок «Мені подобається» з Facebook і Вконтакті;
- розміщення посилань на інші джерела, наприклад, сайти соціальних новин;
- розміщення кнопок перепосту (наприклад, кнопка «retweet»);
- можливість коментувати новину чи статтю, використовуючи акаунт соціальної мережі;

— знайти власну інформацію компанії повинно бути простіше ніж знайти поганий відгук про неї — це задача пошукової оптимізації. Необхідно оптимізувати не тільки сайт, але й профілі в соціальних мережах, маркетингові статті і навіть коментарі в блогах інших компаній;

— трендом 21 сторіччя стала не просто комунікація, а вирішення проблем клієнта: варто перетворити невдоволеного клієнта в того, хто в захваті залишатиме відгук про сервіс. Якщо не можете вплинути на причину поганого відгуку, поясніть ситуацію;

— у підсумку — контролюємо репутацію фірми, будуємо власний (сайт, SMM/SMO, блоги, SEO), генеруємо цікавий, корисний контент і в результаті — насолоджуємося позитивними відгуками.

Література

1. *Fergus Hampton*. How to Manage Your Corporate Reputation Online, 2004: [Електронний ресурс] / Fergus Hampton. — Режим доступу: www.marketingprofs.com/articles/2004/1089/how-to-manage-corporate-reputation
2. *Sally Ormond*. Matt Cutts Explains The Most Common SEO Mistake, 2015: [Електронний ресурс] / Sally Ormond. — Режим доступу: www.smallbusinessnewz.com/topnews/2008/92/
3. *Panos Ipeirotis*. Big data stupid decisions. The importance of measuring. What we should be measuring, 2011: [Електронний ресурс] / Panos Ipeirotis. — Режим доступу: www.slideshare.net/ipeirotis/big-data-stupid-decisions-9326862?from=ssebed

Гриненко Ю. І. (обліково-економічний ф-т, IV курс)

ПОДАТКОВИЙ АУДИТ ТРАНСФЕРТНОГО ЦІНОУТВОРЕННЯ

Актуальність проблеми трансфертного ціноутворення обумовлена глобалізацією світової економіки та розширенням масштабів діяльності ТНК, а відтак, і збільшення кількості угод із застосуванням цього механізму.

Метою публікації є визначення сутності трансфертного ціноутворення, дослідження питань податкового контролю за трансфертним ціноутворенням, розробка етапів програми впровадження трансфертного ціноутворення на підприємстві.

Трансфертне ціноутворення у світовій практиці — це формування цін в операціях, пов'язаних між собою осіб. Цей «феномен» став предметом вивчення і впливу з того моменту, коли платники винайшли способи мінімізації своїх податкових зобов'язань за допомогою трансфертних цін. Найпростішим способом такої мінімізації стало переведення прибутку на тих суб'єктів з групи пов'язаних осіб, які мають пільги з податків або є центрами витрат.

З метою реагування на зазначені факти у багатьох країнах світу були проведені суттєві реформи системи оподаткування, які характеризувались поступовим зниженням податкових ставок при одночасному розширенні бази оподаткування, протидією зниженню бази оподаткування та передачі доходів (прибутку) іншому платнику податків із нижчою ставкою оподаткування податком на прибуток тощо. Одним з елементів врегулювання таких процесів стало запровадження системи державного регулювання та податкового аудиту за трансфертним ціноутворенням.

В основу трансфертного ціноутворення, в міжнародній практиці, покладено так званий «принцип витягнутої руки». За даним принципом «якщо між двома підприємствами в господарській і фінансовій діяльності створюються умови відмінні від тих, що виникли б між двома незалежними підприємствами, то будь-який прибуток нарахований одному з них, може бути включений до прибутку цього підприємства та відповідно оподаткований». А отже, за нормами Організації з економічного співробітництва та розвитку (ОЕСР) використання трансфертних цін дозволяє оподаткування прибутку підприємств у місці виникнення такого прибутку [3].

Законодавство щодо трансферного ціноутворення в Україні було розроблене і прийняте ще у червні 2013 року [1, 2]. Розроблена нормативна система регулювання трансфертного ціноутворення спрямована на боротьбу з мінімізацією в оподаткуванні, що давно склалася в Україні. За офіційними даними Державної фіскальної служби, щороку з-під оподаткування виводяться понад 100 млрд грн, унаслідок чого бюджети усіх рівнів недоотримують у середньому 22,5 млрд грн [4].

Для ефективного адміністрування трансфертного ціноутворення на підприємстві пропонуємо такі його етапи (табл. 1). Дана послідовність дій дає можливість упроваджувати результати при проведенні відповідних процедур на підприємстві.

Таблиця 1

**ЕТАПИ ВПРОВАДЖЕННЯ ТРАНСФЕРТНОГО ЦІНОУТВОРЕННЯ
НА ПІДПРИЄМСТВІ**

Етап	Назва	Результат
Етап 1	Підготовчий	- Визначення ризиків та їх суттєвості - Перелік контрольованих операцій (групи операцій)
Етап 2	Розробка методології	- Визначення оптимального підходу до регулювання трансфертного ціноутворення - Розуміння специфіки контрольованих операцій і методів визначення ціни
Етап 3	Формулювання політики	Політика щодо трансфертного ціноутворення
Етап 4	Регламентація процесів	Схеми бізнес-процесів і регламентації з: - встановлення та моніторингу цін у контрольованих операціях; - оформлення звітності з трансфертного ціноутворення; - створення спеціального підрозділу з контролю трансфертного ціноутворення
Етап 5	Розробка документації	Рекомендації для компанії з підготовки до складання щорічної звітності з трансфертного ціноутворення

Враховуючи новизну питань застосування трансфертного ціноутворення в Україні виникає нагальна потреба контролю за такими операціями, дієвим механізмом якого повинен стати податковий аудит.

Завданням податкового аудиту трансфертного ціноутворення є система заходів, що вживаються підрозділами податкового аудиту органів доходів і зборів з метою коригування податкових зобов'язань платників податків до рівня податкових зобов'язань, розрахованих за умови відповідності комерційних і фінансових умов контрольованої операції умовам, котрі існували під час здійснення зіставних господарських операцій, сторони яких не є пов'язаними особами.

Висновки. Впровадження процедур трансфертного ціноутворення, яке активно відбувається на підприємствах, має на меті зниження обсягів податкових платежів. З іншого боку перед податковими органами постають завдання вивчення процедур трансфертного ціноутворення з метою оптимізації власне розрахунків з державою. Розуміння організаційних процедур впровадження трансфертного ціноутворення, розроблених автором, дасть можливість удосконалити методичні положення податкового аудиту у цій сфері. Основу для цих процесів певною мірою вже формує Податковий кодекс України, який містить питання законодавчої регламентації питань податкового контролю трансфертного ціноутворення з урахуванням вимог міжнародних стандартів. Однак питання методики проведення податкового аудиту залишаються не в повній мірі розробленими, що і буде досліджено у подальшому.

Література

1. Закон України «Про внесення змін до податкового кодексу України щодо трансфертного ціноутворення» від 04.07.2013 р. [Електронний ресурс]. Режим доступу: <http://zakon4.rada.gov.ua>.
2. Податковий кодекс України від 02.12.2010 [Електронний ресурс]. — Режим доступу: <http://zakon2.rada.gov.ua>.
3. Керівництво Організації з економічного співробітництва та розвитку (ОЕСР) 1995 року «Про трансфертне ціноутворення для транснаціональних корпорацій і податкових органів», зі змінами. [Електронний ресурс]. — Режим доступу: <http://zakon4.rada.gov.ua>.
4. Державна фіскальна служба: Трансфертне ціноутворення [Електронний ресурс]. — Режим доступу: <http://sfs.gov.ua/diyalnist-/transfertne-tsinooutvorenn/zagalni-vidomosti/>

ОНЛАЙН-ТЕХНОЛОГІЇ В БАНКІВСЬКІЙ ДІЯЛЬНОСТІ

У сучасному світі інформаційні технології займають важливе місце в усіх сферах життєдіяльності людини. Впровадження он-лайн-технологій у банківській сфері ще з середини 90-х років трансформувало традиційну банківську систему, змінило структуру банківських ринків і навіть саму сутність банку. Розвиток системи управління банківськими операціями через Інтернет (Інтернет-банкінг) є одним із перспективних напрямків банківської діяльності. Значна кількість завдань, які виникають у ході роботи банку досить легко піддаються автоматизації, що актуалізує питання впровадження нових комп'ютерних технологій у банківську діяльність.

У даний час сформувалося чотири основних моделі онлайн-вого банківського бізнесу в Інтернеті:

1. Інтернет-банкінг, спосіб надання онлайн-ових послуг, яким займаються Інтернет-підрозділи традиційного, офф-лайн-ового банку, що доповнюють мережу філій і телефонних центрів.

2. Інтернет-банк, заснований офф-лайн-овим банком у вигляді самостійної юридичної особи зі своєю торговою маркою (директ-банки).

3. Віртуальний банк (аналог Інтернет-банку, організованого небанківською компанією — найчастіше страховою чи технологічною).

4. Агрегатор електронного фінансового супермаркету (банк, який здійснює Web-продаж як своїх, так і пропонує інших фінансовими інститутами послуг).

Дослідження показують, що Інтернет суттєво знижує витрати компаній на рекламу та обслуговування клієнтів. Скорочення витрат дозволяє знизити ціни на продукцію до 50 % і тим самим залучити додаткових покупців.

Однак не слід вважати, що середній банк готовий витратити величезні суми на комп'ютеризацію, оскільки банк є передусім фінансовою організацією, призначеною для отримання прибутку. Відповідно до загальносвітової практики в середньому банку витрати на комп'ютеризацію складають не менше 17 % від загального кошторису річних витрат.

Банківський Internet-сервіс є одним із динамічних сегментів електронного бізнесу. Найпопулярніший Internet-banking у США, де практично кожний великий банк і безліч середніх і дрібних

банків надають своїм клієнтам послуги з дистанційного керування рахунком через Internet.

Банківська система України тільки почала свій шлях у напрямку впровадження та розвитку Інтернет-банкінгу, вдосконалення вже існуючих і надання нових послуг, які стануть доступними через «мережу». Проаналізувавши сучасний стан розвитку вітчизняного Інтернет-банкінгу та темпи, з якими він зараз розвивається, можна робити висновки, що поступово банківські операції у віртуальній мережі стануть переважати над реальними.

Основною тенденцією розвитку дистанційного обслуговування клієнтів в Україні є поступове збільшення кількості банків, які впроваджують Інтернет-банкінг.

Головною умовою успішного розвитку Інтернет-банкінгу в нашій країні є насамперед інформування потенційних клієнтів про можливості цього виду обслуговування, його переваги та можливості для самих клієнтів. Також основним завданням для банківської системи є розробка надійних систем захисту інформації, впровадження та постійна модернізація сучасного технічного й технологічного забезпечення.

Можна зробити висновок, що динамічний розвиток світових технологій змушує банк перейти в мережу Internet, де значно простішим стає виконання певних банківських операцій. Адже з допомогою такої функції як інтернет-банкінг користувачу лише необхідно сісти за ПК, ноутбук або інший пристрій, який має вихід у мережу Internet, і виконати всі необхідні операції.

Зараз у світі функціонують банки без відділень, тобто коли банк функціонує і проводить усі операції виключно в мережі Internet. Так, наприклад, у США діють банки «Security First National Bank» (SFNB), Charles Schwab Bank. Навіть у наших сусідів Польщі та Росії є такі банки. У Польщі це Alior bank, у Росії — Тинькофф Банк.

Чому ж в Україні інтернет-банкінг немає такого розвитку, як в інших країнах? В Україні лише поодинокі банки беруться впроваджувати цю концепцію. Причина? Чи-то через архаїчне ставлення до банківських операцій і розуміння клієнта? А може, через додаткову необхідність забезпечити безпеку операцій клієнтів і самих процесів банку чи страх перед винахідливими шахраями? Або ж через недостатній об'єм інвестицій, які б допомогли модернізувати банківську систему України? Хоча з сучасним її станом ми можемо сподіватись лише на те аби вона вистояла всі перепони, які є зараз в нашій країні.

Але все ж таки необхідно сподіватись на краще. Так, деякі банківські працівники вважають, що на теренах України можна

створити, так званий банк без відділень — «Банк 3.0». Тобто це повна міграція банківського бізнесу в мережу Internet.

Звичайно ж, якщо будуть закриватись відділення банків, буде зменшуватись кількість робочих місць, цим самим збільшиться конкуренція на ринку робочої сили. Тому нам, майбутнім банківським працівникам, необхідно продумати на що варто звернути більшу увагу у процесі навчання, щоб через кілька років ми мали успішну та перспективну роботу.

Література

1. Інформаційні технології в сучасному банку [Текст] / Вісник Асоціації банків. — 2004. — №13. — С. 5—10.
2. Чуб О. Розвиток Інтернет-банкінгу в глобальному середовищі. [Електронний ресурс] / О. Чуб // Режим доступу: <http://www.nbuv.gov.ua>
3. Плюси і мінуси українського інтернет-банкінгу [Електронний ресурс]. — Режим доступу: <http://www.aif.ua/money/article/24115>
4. Інтернет-банкінг в Україні [Електронний ресурс]. — Режим доступу: <http://incom.ua/>
5. Переваги використання Інтернет-технологій [Електронний ресурс]. — Режим доступу: <http://expert.com.ua/49495-internet-biznes-2010-internet-technologii/>
6. Електронний ресурс: <http://www.sfnb.net>
7. Електронний ресурс: <http://www.schwabbank.com>
8. Електронний ресурс: <http://www.aliorbank.pl/pl/>
9. Електронний ресурс: <https://www.tinkoff.ru/>

Доннік М. А., (факультет економіки АПК, III курс)

ЕВОЛЮЦІЯ РЕВОЛЮЦІЇ: ФЕНОМЕН УКРАЇНСЬКИХ МАЙДАНІВ

Луї-Себаст'ян Мерсьє говорив: «Все у цьому світі є революцією». Проте чи були «Майдани» революцією? Саме тому, перш ніж розглядати питання феномену майдану, я пропоную розібратися у визначенні понять. «Революція» (від лат. *Revolutio* — обертання, розвертання) — використовується для позначення дуже швидкого та насильницького переходу до нового ладу, а «еволюція» (від лат. *evolutio*, від *evolvere* — розгортання) означає цілеспрямований і керований процес соціальних змін. Отже, якщо порівнювати ці два поняття, то можна побачити, що вони позначають відмінні один від одного процеси: руйнування і переродження.

Також, для розуміння сутності понять «революція» та «еволюція», я пропоную розглянути два підходи щодо розвитку суспільства — формаційний (Р. Декарт, І. Ньютон, К. Маркс) і цивілізаційний (А. Енштейн, Ч. Дарвін, Й. Гьоте).

Відповідно до формаційної парадигми виникає суперечність між продуктивними силами і виробничими відносинами. І єдиним шляхом вирішення цієї суперечності є революція як зміна виробничих відносин (спосіб виробництва та/або зміна власності). Відповідно до цивілізаційної парадигми виникає суперечність між відносно самостійними індивідами і суспільством. І єдиним шляхом вирішення є еволюційна зміна форм суспільної залежності людей, наростання свободи як сенс історії [1].

На мою думку, процес виникнення нашої держави носив саме революційний характер, бо основним досягненням першої української революції була саме зміна власності та формальна незалежність держави; а подальший розвиток мав еволюційний характер, бо в основі своїй майдани були боротьбою за політичну свободу. І якщо б не було спроби знищити досягнення демократії в Україні, то процеси подальшого державотворення носили б спокійний поступовий характер: заміни еліти, що утворилася при попередній формації на еліту молодого покоління, народжену вже у незалежній Україні. Але, за підтримки зовнішніх сил, еліта не пристосована жити і творити за демократичних умов, вирішила продовжити своє існування. І, звичайно це було зроблено неконституційними методами. Але еволюційний рух був настільки стрімким, що це спричинило супротив і виникнення ситуації схожої на революцію. Таким чином, можна зробити висновок, що обидва майдани — це еволюція революції незалежності, яка, почалася ще у жовтні 1990 року, і продовжується зараз.

Економіст і член Академії технологічних наук України Олександр Пасхавер також вважає, що останній майдан — це успішний епізод соціальної революції. Причому ця революція європейського зразка, яка спізнилася на 200 років. Дуже важливо, що це не метафора, а чисто технологічне визначення. Він вважає, що всі європейські революції тривали дуже довго і мали багато епізодів. Наприклад Французька революція почалася в 1789-му році, коли короля скинули, а закінчилася в 1870-му році.

Важливо розуміти, що Майдани не є випадковістю, а Україна не є винятком — сьогодні протестно-революційні процеси мають багато спільного і відповідають нинішнім глобальним протестним трендам. Усі рухи в різних країнах об'єднують такі риси:

— горизонтальна, неієрархічна структура;

- децентралізованість, відсутність явних лідерів;
- значна дистанція між протестними рухами та інституціоналізованими складниками громадянського суспільства;
- мирний характер, а насильство застосовувалося лише у відповідь на репресивні силові дії влади й приспівників режиму;
- пріоритетність у них ціннісної сфери над соціальною і навіть політичною — обстоювання базових демократичних цінностей.

Цікавою є також географія і процес української революції. Історик Ярослав Грицак, виділяє поняття лінії політичного розколу, яка рухається відповідно до етапу революції: 1991 рік — лінія «річки Збруч» (Галичина і вся решта України), 2004 рік — лінія Харків-Одеса, 2014 рік — етап зовнішньої агресії, лінія Харків—Маріуполь—Одеса (По кордону Харківської та Дніпропетровської областей) [2].

Проте, я пропоную додати проміжний етап, поділ України під час Революції гідності у 2013 році, адже за результатами соціологічних досліджень загалом в Україні підтримують протести Майдану 50 % населення (Захід і Центр), не підтримують — 43 % (Південь і Схід), тобто підтримка чи не підтримка чітко ділиться за регіональною ознакою.

Взагалі, зовнішня агресія, хоча і являє собою негативне явище, на мою думку, зіграла вирішальне значення у становленні політичної думки України та можливому завершенні глобальної української революції.

Проте, успіх або поразка сьогодні залежить вже не стільки від громадян, а скільки від дій керівництва держави. Реформи в Україні є необхідними не тільки для завершення чи продовження української революції, а й для збереження України як такої. І якщо у 2013 році, необхідними реформами були впровадження ринкових відносин, чесної конкуренції, захищеності майнових прав та прозорому володінню об'єктами власності, то, сьогодні вкрай необхідно подолати корупцію, знищити п'яту колону та розібратися зі зрадниками серед вищого керівництва, а вже потім реформи.

Література

1. Історія економічних вчень: Навчальний посібник / За ред. В. В. Кириленка. — Тернопіль: Економічна думка, 2007. — 233 с.

2. *Грицак Я.* Україна — як літак, який захопили терористи // Українська правда. Життя. — 2015. — [Електронний ресурс]. — Режим доступу: <http://life.pravda.com.ua/person/2013/12/30/147591/>

РЕГУЛЮЮЧИЙ ВПЛИВ ПОДАТКУ НА ПРИБУТОК НА ДІЯЛЬНІСТЬ СУБ'ЄКТІВ ПІДПРИЄМНИЦТВА В УМОВАХ ЗМІН ПОДАТКОВОГО КОДЕКСУ УКРАЇНИ

Податкова система виконує дві основні функції — фіскальну та регулюючу. Співвідношення прояву фіскальної і регулюючої функції різні в окремих податках. У системі оподаткування особливе місце займає податок на прибуток. Даний податок є важливим джерелом доходів бюджету і водночас активним важелем державного регулювання соціально-економічного розвитку, інвестиційно-інноваційної активності, зовнішньоекономічної діяльності, забезпечення прискореного розвитку пріоритетних галузей.

Прояв регулюючої функції податку на прибуток суттєво залежить від вирішення наступних питань: визначення об'єкта оподаткування; визначення ставок податку; надання податкових пільг.

Проведені нами розрахунки за 2011—2014 рр. засвідчують, що у 2012 році в порівнянні з 2011 роком приріст податку на прибуток був несуттєвим — 1,26 %, що пов'язано з уповільненням темпів економічного зростання, зменшенням обсягів промислового виробництва та ставки податку з 23 % до 21 %. Протягом 2013—2014 років зменшується ставка податку (з 21 % до 19 % у 2013 р. і з 19 % до 18 % у 2014 р.) та відбувається зменшення суми податку на прибуток на 2,8 %.

Однією з головних ознак недосконалого оподаткування є надто висока частка податку на прибуток підприємств у структурі ВВП і Зведеного бюджету. Незважаючи на позитивні тенденції до зниження надходжень від податку на прибуток підприємств, його частка у структурі податкових надходжень залишається значною. Частка податку на прибуток в Україні зменшилась: у доходах Зведеного бюджету з 13,8 % у 2011 році до 8,7 % у 2014 році; у податкових надходженнях — з 16,5 % у 2011 році до 10,8 % у 2014 році; у ВВП — з 4,2 % у 2011 році до 2,5 % у 2014 році.

Відповідно до Закону № 74-VIII від 28.12.2014 р. прийнята нова редакція Податкового кодексу України та внесені суттєві зміни в оподаткування прибутку [3]. Спробуємо дати оцінку цим змінам і спрогнозувати, як це впливає на прояв регулюючої функції податку на прибуток.

1. Об'єкт оподаткування (оподаткований прибуток) визначається на основі реально отриманого прибутку (фінансовий ре-

зультат до оподаткування). Але на багатьох підприємствах це не прибуток, а збиток. Отже, майже 35 % підприємств не буде платити податок на прибуток (табл. 1).

Таблиця 1

**ФІНАНСОВІ РЕЗУЛЬТАТИ ДІЯЛЬНОСТІ ПІДПРИЄМСТВ В УКРАЇНІ
В 2010—2013 рр.**

Показник	Фінансовий результат, млн грн				Кількість підприємств, %			
	2010	2011	2012	2013	2010	2011	2012	2013
Підприємства, які одержали прибуток	189640,8	255545,9	248035,9	209864,5	59	65,1	64,5	65,9
Підприємства, які одержали збиток	135236,1	136940,3	172365,7	198528,8	41	34,9	35,5	34,1
Фінансовий результат до оподаткування	54405,7	118605,6	75670,2	11335,7	—	—	—	—

(розраховано автором на основі [2])

2. Оподаткований прибуток коригується (збільшується або зменшується) тільки на три види різниць, які виникають при нарахуванні амортизації необоротних активів, формуванні резервів і здійсненні фінансових операцій. Отже, можливість у платника податку на прибуток впливати на суму оподаткованого прибутку обмежена.

3. Ліквідується більшість податкових пільг, які діяли до 2015 року. Звільнення від оподаткування залишилося тільки для підприємств та організацій, заснованих громадськими організаціями інвалідів. А також до кінця 2016 року залишено ставку податку 0 % для платників, які перебувають на так званих «податкових канікулах».

Отже, із внесенням змін в оподаткування прибутку відбувається посилення фіскальної спрямованості податку та зниження регулюючої функції податку. Це підтверджують зроблені нами розрахунки. У табл. 2 наведено розрахунок податку на прибуток по 5 підприємствам в умовах змін Податкового кодексу та порівняння з фактично сплаченим податком за 2013 рік. Результати показали, що зміни в кодексі ведуть до збільшення податку на прибуток.

Таблиця 2

**ВИТРАТИ НА СПЛАТУ ПОДАТКУ НА ПРИБУТОК В УМОВАХ
ЗМІН ПОДАТКОВОГО КОДЕКСУ**

№	Підприємство	Чистий дохід, тис. грн	Фактичні витрати з податку на прибуток сплачені в 2013 р., тис. грн	Витрати на сплату податку на прибуток в 2013 р. згідно но-вої мето-дики, тис. грн	Зростання витрат на оплату податку на прибуток, %
1	ПАТ «Укрнафта»	21101331	246422	311872	26,56
2	ПАТ «Центренерго»	7453910	77033	93315	21,1
3	ПАТ «Фармак»	1947537	78534	89137	13,5
4	ПАТ «Арселорміт-тал Кривий Ріг»	28251196	4171	4821	15,6
5	ПАТ «Оболонь»	3877633	57133	81905	43,4

(розраховано автором на основі [3])

Зміни, внесені в систему оподаткування, які пов'язані з посиленням фіскальної спрямованості податку, — це тимчасове явище, пов'язане з фінансовими проблемами держави, які виникли в умовах військових дій, падінням показників економічного розвитку. В майбутньому необхідно буде повернутись до активізації регулюючої функції податку на прибуток, що позитивно вплине на економіку. За цих умов доцільно використати досвід країн, де активно використовується регулююча функція податку на прибуток.

1. Доцільно запровадити стимулюючу модель адміністрування податку на прибуток. Для тієї частини прибутку яка спрямовується на виплату дивідендів, було б доцільним залишити ставку у розмірі 18 %, а для частини прибутку, що реінвестується в модернізацію основних засобів — знизити до 10 %.

2. Здійснювати диференціацію податкових ставок у розрізі окремих видів підприємницької діяльності.

3. Встановити податкові канікули із сплати податку на прибуток. Їх зміст полягає в тимчасовому звільненні підприємства від сплати податку за умови спрямування цих коштів на інвестиційні цілі або збільшення виробництва та експорту продукції.

Література

1. Нова редакція Податкового кодексу України: Закон № 71-ХІІІ від 28.12.2014 р. — [Електронний ресурс]. — Режим доступу: <http://sfs.gov.ua/nk/>
2. Державна служба статистики. — [Електронний ресурс]. — Режим доступу: <http://www.ukrstat.gov.ua/>
3. Агентство з розвитку інфраструктури фондового ринку України. — [Електронний ресурс]. — Режим доступу: <http://smida.gov.ua/>

Єременко С. Ю. обліково-економічний факультет, 3 курс)

МЕТОДИ ОЦІНКИ ЗАПАСІВ: ПЕРЕВАГИ ТА НЕДОЛІКИ

Важливою передумовою обліку виробничих запасів є їх оцінка, яка має вплив на визначення собівартості продукції та фінансових результатів діяльності підприємства. Особливої уваги дане питання набуває за сучасних умов господарювання, коли ринкові ціни на виробничі запаси постійно змінюються.

Методика оцінки запасів є важливим інструментом організації ефективної фінансово-господарської діяльності підприємства і викликає значний практичний інтерес у зв'язку з потребою визначення реальної вартості запасів. Навколо цих питань велось багато дискусій, у результаті чого були сформовані різні методи оцінки запасів при їхньому списанні.

Оцінка запасів є важливою передумовою організації обліку даного об'єкту, тому що вона впливає на точність фінансових результатів. На сьогодні завдання полягає у визначенні оптимального методу в конкретній ситуації.

Особливість сучасного стану обліку запасів у підприємствах України полягає у тому, що в П(С)БО 9 «Запаси» та Методичних рекомендаціях з бухгалтерського обліку запасів, затверджених наказом Міністерства фінансів України, наведено лише загальні положення щодо оцінки цих об'єктів. Проте, у зв'язку із частими інфляційними стрибками ціни на виробничі запаси постійно змінюються, і проблема їх оцінки набуває особливої актуальності. Ціни на запаси можуть суттєво змінюватись протягом одного (навіть короткого) звітного періоду.

Вибір методу оцінки повинен бути виваженим і продуманим рішенням кожного підприємства, з обов'язковим врахуванням діючої системи обліку. Один і той самий метод при різних систе-

мах обліку забезпечує наявність різних даних щодо вартісного виміру виробничих запасів і величини одержаного фінансового результату.

Згідно з положенням (стандартом) бухгалтерського обліку П(С)БО 9 на сьогоднішній день можуть використовуватися п'ять методів оцінки списання виробничих запасів: ідентифікованої собівартості відповідної одиниці запасів; середньозваженої собівартості; собівартості перших за часом надходження запасів (ФІФО); нормативних затрат; ціни продажу. Кожний з них має свої переваги та недоліки (табл. 1).

Таблиця 1

ПОРІВНЯННЯ МЕТОДІВ ОЦІНКИ ЗАПАСІВ

Метод	Переваги	Недоліки
1	2	3
Ідентифікованої собівартості	— найточніший метод; — для кожної одиниці запасів використовується спеціальне маркування, яке дозволяє визначити її собівартість, тому підприємство може регулювати прибуток шляхом реалізації більш дорогих або дешевших запасів	— трудомісткість методу; — у результаті використання цього методу однакові запаси обліковуються за різною вартістю, що не завжди зручно
Середньозваженої собівартості	— дає об'єктивну картину руху матеріальних цінностей на підприємстві; — при застосуванні цього методу чистий прибуток буде мати середнє значення, яке найбільш відповідає фактичному; — доцільність використання даного методу оцінки запасів також обумовлена рівномірністю їх списання, реальністю стану залишків запасів у балансі та вартості витрачених матеріальних цінностей; — метод полегшує роботу і не вимагає детального обліку руху — за кожною одиницею товарів	— не приділяється увага останнім за часом цінам, а вони доречніші в оцінці доходу й при прийнятті управлінських рішень; — у період підвищення цін метод призводить до того, що підприємства оголошують більший прибуток, ніж справедливий, у результаті чого сплачуються надлишкові кошти у вигляді податків

Метод	Переваги	Недоліки
1	2	3
ФІФО	— простий у використанні та запобігає можливості маніпулювання прибутком; — залишки невикористаних матеріалів відображаються в активі балансу за цінами, які максимально наближені до реальної ринкової вартості, на дату складання звітності;	— застосування методу призводить до зниження величини витрат, які списуються за закупівельними цінами на собівартість продукції, що реалізується; — у період зростання цін підприємства оголошують більший прибуток, ніж справжній і виплачують надлишкові кошти у вигляді прибуткових податків;
	— вигідно застосувати при плановому скороченні закупок матеріалів та при очікуванні падіння цін на продукцію, що виготовляється; — в період постійного зростання цін метод надає найбільш високий з можливих рівень чистого доходу	— завищені фінансові результати, що в умовах інфляції призведе до зниження частки купівельної вартості та до «вимивання» оборотних коштів та нестачі платіжних ресурсів для придбання нових партій товарів за цінами, які постійно зростають
Норматив-них затрат	— можливість поточного оперативного обліку витрат шляхом обліку відхилень від норм; — відокремлений облік змін норм, тобто контроль за здійсненням режиму економії; — укрупнення об'єктів обліку, оскільки нормативні калькуляції складають по всіх видах виробів, а відхилення враховують за групами однорідної продукції, унаслідок чого зменшується число об'єктів калькулювання; — охоплення нормативними калькуляціями значної частини витрат; — можливість рідше здійснювати інвентаризацію незавершеного виробництва	— постійний перегляд норм використання запасів, праці, виробничих потужностей та діючих цін
Ціни продажу	— метод розповсюджений у роздрібній торгівлі	— у балансі відображається продажна вартість товарів за вирахуванням нереалізованої торгової націнки, яка розраховується за допомогою середнього відсотка торгових націнок. Розрахована у такий спосіб величина досить приблизна і може відхилятися від реальної вартості товарів

Вибір методу оцінки вартості запасів має запобігти завищенню оцінки активів і доходів підприємства, тобто у фінансовій звітності має бути відображене його дійсне фінансове становище. Без сумніву, не існує найкращого методу, який можна було б застосовувати у всіх ситуаціях, адже кожний метод має свої недоліки та переваги. Кращий метод — це той метод, який відповідає політиці ціноутворення підприємства.

Аналіз застосування різних методів оцінки запасів показує, що при кожному з них можна одержати різні результати, як позитивні, так і негативні. Усе залежить від необмеженої кількості зовнішніх і внутрішніх факторів, які впливають на результати діяльності підприємства. Звичайно, найголовнішим фактором є різновид і характер діяльності господарюючого суб'єкта. Але важливо також, аби користувачі методів оцінки запасів отримували обґрунтовану та достовірну інформацію щодо ефективності використання обраного методу та вміли ідентифікувати метод серед інших через особливості належних йому технологій і видів запасів, прописаних у П(С)БО 9 «Запаси» та Методичних рекомендацій з бухгалтерського обліку запасів.

Література

1. Положення (стандарт) бухгалтерського обліку 9 «Запаси» : Наказ Міністерства фінансів України від 02.11.1999 р. № 751 : [Електронний ресурс]. — Режим доступу : <http://zakon2.rada.gov.ua/laws/show/z0751-99>

2. Методичні рекомендації з бухгалтерського обліку запасів: Наказ Міністерства фінансів України від 10.01.2007 р. №2. 751 : [Електронний ресурс]. — Режим доступу : http://www.minfin.gov.ua/control/uk/publish/article?art_id=293629&cat_id=293536

3. Закон України «Про бухгалтерський облік та фінансову звітність в Україні» від 16.07.99 р. №966-XIV зі змінами та доповненнями.

4. Мельник О, Ганас Л, Ноджак Л. Методи формування, поповнення та використання виробничих запасів// Економіка та держава. — 2013. №10. — С. 29—33.

5. Фінансовий облік : підручник : у двох частинах / [Бондар М. І., Єфіменко В. І., Ловінська Л. Г. та ін.] ; за заг. ред. М.І. Бондаря та Л. Г. Ловінської ; М-во освіти і науки, молоді та спорту України, Держ. вищ. навч. закл. «Київ. нац. екон. ун-т ім. Вадима Гетьмана».

ФОРМУВАННЯ УКРАЇНСЬКОЇ ПОЛІТИЧНОЇ НАЦІЇ В СУЧАСНИХ УМОВАХ

Нація — багатозначне поняття, що застосовується для характеристики великих соціокультурних спільнот. Існують два основні значення терміна:

- політична спільнота громадян певної держави (політична нація (нація-держава)) — це сукупність політично суб'єктивних громадян, що здійснюють колективні національні інтереси через механізм власної політичної організації — національної держави;
- етнічна спільнота (етнос) — спільнота, яка має спільне історичне походження, з єдиною мовою і самосвідомістю (як особистим відчуттям «національної ідентичності» так і колективним усвідомленням своєї єдності і відмінності від інших), власною державністю або прагненням до її створення.

В Україні триває процес формування української політичної нації.

Попередником і своєрідним взірцем при формуванні сучасної української нації (тобто такої, що включає всю громадянську спільноту, яка або усвідомлено виборює самостійність своєї країни, або вже її виборола і будує державу у незалежній чи формально автономній формі) була так звана «козацька нація» XVII—XVIII століть. Вона не включала всю сукупність населення українських земель; ішлося насамперед про козаків (як реєстрових, так і січових, низових), козацзену шляхту, духовенство та певну частину городян (передусім із тих міст, що традиційно мали Магдебурзьке право). Вибір на користь козакування був вибором політичним (а ще й релігійно-світоглядним, оскільки вимагав переходу у православ'я тих, хто не був охрещений при народженні як православний християнин). Назва «українська нація» була вжита за часів Богдана Хмельницького [1].

Відтоді українська ідентичність існувала, головним чином, як спосіб буття «нижчих» верств населення — його мови, звичаїв, обрядів тощо — набираючи інколи й більш рефлексованих форм: гасел і вимог національно-визвольних рухів, шедеврів духовної творчості кращих її представників, серед яких найбільш знаковими постатями є Леся Українка і Тарас Шевченко. В цілому українство в цей період формується в парадигмі так званої «етнічної нації». Наша історія служить наочним прикладом для під-

твердження істинності слів Ісуса Христа: «Кожне царство, поділене супроти себе, запустіє. І кожне місто чи дім, поділені супроти себе, не втримаються» (Матвія 12:25).

Впродовж XIX—XX століть — українська нація була етнічною нацією, а після двох світових війн вона набула політичної природи.

Референдум 1991 року наголосив на існуванні української політичної нації, коли більшість проголосувала за українську незалежність. Як зазначає професор історії Києво-Могилянської академії Ігор Лосєв: «Якщо у 1991 році ми здобули Незалежність, так би мовити, не сплативши за неї, то нині у нас відбувається «відкладена» війна, війна за Незалежність» [2].

Варто також зазначити, що формування української політичної нації спостерігалось і під час президентства Віктора Ющенка. Згадаємо хоча б те, що найпершою ознакою будь-якої цивілізованої нації є наявність у неї історичної пам'яті, передусім, — пам'яті про свої національні трагедії. Саме історична пам'ять є запорукою формування політичної нації, а на її основі вже громадянського суспільства. А в Україні, як показує життя, проблема історичної пам'яті покладена на плечі не державних інституцій, а громадських організацій. І впродовж нашої незалежності самі лише ентузіасти займалися копіткою працею зі збору спогадів очевидців Голодомору 1932—1933 рр. — головного джерела вияву історичної правди про цю трагедію. За Указом В. Ющенка 27 листопада офіційно прийнято вважати Днем пам'яті жертв Голодомору.

Щодо подій сьогодення, то варто сказати, що в результаті нинішньої війни в Україні з'явилася політична нація. Тепер уже не має значення твоя національність і рідна мова: наріжний момент полягає в тому, чи хочеш ти суверенітету країни чи ні, вважаєш своїм набір цінностей або не вважаєш.

Саме тому політичними українцями в однаковій мірі можуть бути росіяни, як, наприклад, радник Петра Порошенка Юрій Бірюков і глава МЗС Павло Клімкін. Вірмени — як глава МВС Арсен Аваков і герой «Небесної сотні» Сергій Нігоян. Білоруси — як борець «Азова» Сергій Коротких і активіст Майдану Михайло Жізневський. Сьогодні «українець» — це вже не національно-етнічна категорія, а ціннісна.

Йосип Зісельс, голова Асоціації єврейських організацій і громад України наголошує, що «Політична нація — це не декларація. Це реальна допомога державі в якій живеш» [3].

Те, що відбувалося на Майдані і зараз триває — це народження української політичної нації: українці себе пізнають, українці стають українцями. Надзвичайно важливо, що в цей процес включені не тільки етнічні українці, не тільки україномовні громадяни, а й дуже різні люди, навіть ті ж росіяни, для яких українська модель є альтернативою.

На сучасному етапі варто також згадати про Феномен Дніпропетровська, як міста, що встояло і не пустило до себе «русский мир». Вся правда криється у страху перед війною. Саме навколо цього, крім любові до України, гуртуються українські міста. Дніпропетровськ, Харків, Одесу, Запоріжжя найбільше єднає банальна річ: побоювання руйнації та небажання стати черговою «ДНР» і «ЛНР».

Щодо мови, то вона також впливає на творення нації. В Україні зараз існує «баланс двомовності», адже при цій двомовності країна може існувати і не розриватися. Як тепер зафіксувати цей статус? Існує такий вислів відомого українського історика Ярослава Грицака, що «Україна стане швидше тримовною, аніж одномовною». Що це означає? А означає це те, що треба зберегти вживання російської мови, але змінити її статус, адже російська мова для більшості це доступ до світу, тому такою мовою повинна стати англійська, як у більшості розвинених країн [4].

Таким чином, можемо зараз сміливо говорити, що процес формування української політичної нації розпочався і стрімко розвивається. Важливим завданням нової політичної нації в Україні є створення справді демократичної правової держави — сильного гравця на світовій арені.

Література

1. *Грабовський С.* «Політичні українці»: хто і коли був найпершим? [Електронний ресурс] — Режим доступу: <http://tyzhden.ua/History/59409>.
2. *Костюк Б.* Чому різноманіт — багатство для українців і загроза для росіян? [Електронний ресурс] — Режим доступу: <http://www.radiosvoboda.org/content/article/26893758.html>.
3. *Зісельс Й.* Україна потребує підтримки усіх, без поділу на національності. [Електронний ресурс] — Режим доступу: <http://www.radiosvoboda.org/content/article/26692387.html>.
4. *Грицак Я.* Україна — роз'єднана, але одна нація. [Електронний ресурс] — Режим доступу: <http://archive.wz.lviv.ua/articles/107822>.

СТРАТЕГІЯ «ЧЕРВОНОГО» ТА «БЛАКИТНОГО ОКЕАНІВ» У СУЧАСНОМУ МЕНЕДЖМЕНТІ

Актуальність. У наш час ринок товарів і послуг є вже настільки насиченим, що просто голова йде обертом від кількості запропонованих товарів. З одного боку, це добре явище, оскільки з'являється багато аналогів подібної продукції і ми можемо обирати для себе найкращу з альтернатив, але, з іншого боку, ситуація починає загострюватись для тих, хто виробляє цю продукцію чи надає послуги. Через таке розмаїття досить сильно загострюється і без того велика конкуренція і досить не просто новачкам створити для себе певну нішу, в якій вони в подальшому зможуть розвиватись.

Постановка проблеми. Метою цієї статті є актуалізація необхідності запобігання великій конкуренції за допомогою створення так званих «блакитних океанів», які дадуть змогу швидше зростати і отримувати високі прибутки.

Результати дослідження. Для розуміння подальшого матеріалу перш за все варто визначити, що ж на практиці значать ці дві стратегії, що останнім часом почали так активно використовуватись в бізнес-просторі.

Пропонується розділити весь існуючий ринок на дві частини, що собою будуть уособлювати «червоний» і «блакитний океани». «Червоний» — це та частина ринку, що символізує галузі, які вже сьогодні відомі та яким притаманна активна конкурентна боротьба. На цих ринках є багато виробників, стратегії яких спрямовані на завоюванні прихильності споживачів. Тут компанії намагаються перевершити свого суперника, щоб захопити більшу частку попиту, який уже існує [1, с. 234]. З часом ринковий простір стає все більше і більше переповненим, перспективи розвитку і отримання більших доходів істотно зменшуються. Продукти стають предметами повсякчасного споживання, а зростаюча конкуренція робить воду кривавою. У свою чергу «блакитний океан» — це частина ринку, що характеризує собою вільні (поки що не існуючі) ніші, які компанія створює самотужки [1, с. 246]. Тобто, тут немає конкуренції, а компанія в блакитному океані намагається створити інновації.

Як видно з опису, кращим для компаній, що хочуть вийти на ринок з новим продуктом буде використання стратегій «блакитного океану», оскільки тут є багато можливостей реалізувати се-

бе у існуючих вільних нішах, попит буде створюватись, а не завоюватись і саме тут найбільші можливості для зростання — швидкого та прибуткового. Але не варто забувати у свою чергу про корисність і «червоного океану», оскільки він виступає джерелом ресурсів для створення блакитного.

Взагалі, стратегія «блакитних океанів» володіє трьома важливими якостями [2]:

1) фокусування — компанія має бути кращою хоча б у чомусь одному; 2) відмінність — компанія повинна запропонувати те, чого нема в її конкурентів; 3) компанія має мати місію, який відображає її фокус і відмінність.

На нашу думку, ці якості є досить актуальними, оскільки в даний час багато компаній почали втрачати відчуття того, що є цікавим, а що ні, і у результаті більшість продуктів втрачають свою цінність і так би мовити новизну. В результаті цього падає попит на продукцію. У сучасному світі, з його динамічним розвитком варто постійно знаходити нові замітники старій продукції, що буде становити інтерес для споживачів і постійно вдосконалювати такий продукт. Саме на це і спрямована стратегія «блакитного океану».

На даний час з'явилась нова теорія створення товару, що полягає в створенні шляхом використання антиідеї. Така концепція діяльності формує стійкі конкурентні переваги на ринку, які забезпечать вихід із економічно складної ситуації, в якій опинилися підприємства на завантажених конкурентних ринках у посткризовий період [4, с. 135]. Продукт, що створюється і в майбутньому має бути проданий, займає нову нішу на ринку, де на момент його першої стадії життєвого циклу відсутня конкуренція та існує перспектива завоювання великого сектору споживачів або цілого ринку. Така теорія створення нового товару шляхом використання унікальної ідеї, у середовищі підприємств, що сильно конкурують нагадує своєрідну «втечу» від конкуренції. Ця концепція називається концепцією «блакитних океанів» [2]. Такою концепцією користуються і в Україні. Прикладом такої стратегії може виступати мережа ресторанів «Фест»¹. Власниками даної мережі є Дмитро Герасімов, Юрій Назарук та Андрій Худо. Як було зазначено у їхньому інтерв'ю, «Нашу компанію створює підприємницький дух, який провокує нас спробувати щось нове».

«Блакитність» даної мережі полягає в тому, що до неї входять такі заклади, що мають у своїй основі унікальну тематику. Для

¹ <http://narodua.com/ljudyna/andrij-chudo-spivtvorets-i-natchennnych-lvivskoho-festu-pro-suchasni-kavjarni-ta-ukrajinskyj-brend.html>

прикладу можна взяти всім відому «Криївку», яка охороняється солдатом УПА, а також у якої прихований вхід і відсутня інформація про її місцерозташування.

Цікавою також є історія створення ще одного кафе, що входить до цієї мережі «Гасова лампа». Дружина одного з власників завжди хотіла відкрити кав'ярню-цукерню. Він придбав перший поверх приміщення у центрі Львова і подарував їй на день народження, потім вдалося викупити і другий поверх, а потім вони вирішили зробити щось масштабне. І так з'явилася ідея триповерхового ресторану-музею «Гасова лампа», в якому знаходиться найбільша в Європі колекція газових ламп. Також можна додати і «Дім легенд». Ресторан шести поверхів, де кожен поверх відповідає обстановці житла покровителя Львова певної сфери (митець, архітектор, музикант, робітник тощо). На даховій терасі розміщено авто «Запорожець», в якому можна посидіти і оглянути весь Львів.

Взагалі, компанії, що створюють «блакитні океани», зазвичай отримують величезні вигоди та безхмарне небо на наступні 10—15 років. Основна причина в тому, що створення «блакитного океану» буде значні перешкоди для імітації. Це є ще однією досить вагомою причиною для того, щоб скористатись цією стратегією. Визначальними характеристиками стратегії «блакитного океану» можна назвати такі [1, с. 346]:

1) творці «блакитних океанів», всупереч компаніям, що грають за традиційними правилами, ніколи не використовують конкуренцію як первинну умову, а роблять відрив у цінності, як для споживача, так і для самої компанії;

2) стратегія по суті є вибором між диференціацією та низькими витратами, але у випадку «блакитного океану» дійсність засвідчує, що успішні компанії зуміли поєднати диференціацію та низькі витрати.

Щоб вирватися з «яскраво-червоних океанів», компанії необхідно зламати загальноприйняті межі, які окреслюють прийняті способи конкуренції. Замість того, щоб діяти в цих межах, менеджерам слід постійно дивитись за ці межі, створюючи «блакитні океани» [5, с. 189].

Але якою б дана стратегія не була ефективною та прибутковою, існування «блакитних океанів» з часом завершується, адже на новоствореному ринку з'являються нові конкуренти і поступово «блакитний океан» стає «червонити», аж до переходу в «багрянний океан», що символізує явище наростання конкуренції. На цьому етапі «блакитний океан» зникає і підприємство починає функціонувати за звичною схемою.

«Блакитні» і «червоні» океани завжди співіснували і завжди будуть. Саме тому дійсність вимагає від компаній розуміння стратегічної логіки обох типів океанів. Нині поняття конкуренції в межах «червоного океану» оволоділо стратегіями як у теорії, так і на практиці, що також збільшує необхідність створення «блакитного океану» [3].

Висновки. Враховуючи все сказане, на нашу думку, більшість компаній усе ж продовжує працювати за стратегією червоного океану. Здається, вони просто бояться покидати таке місце через те, що не можуть створити новий продукт. Можливо, вони навіть наслідують якусь продукцію, надають схожі послуги і хоч може й попит на них відносно невеликий, але вони все ж продовжують отримувати хоч щось і бояться ризикувати. На противагу цьому, компанії, які все ж таки ризикнуть, — отримають так би мовити краще «місце під сонцем». Якщо новий продукт здатен повною мірою задовольняти існуючий попит, то буде і великий ажіотаж. Хоча, звісно, не всім буде щастити, оскільки створення нового виду продукту чи послуги не завжди означає успішність. Для цього потрібно постійно проводити дослідження, щоб визначити чого прагне сучасний споживач або запропонувати йому те, про що він навіть ще не здогадується.

Література

1. Ким У. Чен, Моборн Р. Стратегия «голубого океана» ; пер. с англ. / Ким У. Чен, Моборн Р. — М. : НІРРО, 2005. — 727 с.
2. Стратегія «блакитного океану» [Електронний ресурс] // Інтелект-проект kmbs. — Режим доступу: <http://innovations.com.ua/ua/articles/13474/temp>.
3. Blue ocean strategy tools [Електронний ресурс]. — Режим доступу: <http://www.blueoceanstrategy.com/concepts/#/tools>
4. Біловодська О. А. Маркетинговий менеджмент: навч. посіб. — К. : Знання, 2010.
5. Шинкаренко И. От алого океана к голубому // Эксперт. —2008. —№12. — С. 23—29.

Запотоцький Б. Г.

(ф-т міжнародної економіки та менеджменту, I курс)

ELECTRONIC MONEY

Advances in technology, the growth of the Internet, and the adoption of mobile devices, such as smartphones, have provided many

people with the means enabling them to use new payment products offered by technology companies.

Advances in technology brought about a number of innovations that change the way people pay for goods and services. Some products—for instance, the debit card—offer a way to access funds in a bank deposit account and can be thought of as electronic payments, or «e-payments.» Other innovations give us an opportunity to directly store monetary value in an electronic device or in a communications network. We call those electronic money, or e-money.

E-money is a digital alternative to cash. It is monetary value that is stored and transferred electronically through a variety of means—a mobile phone, a tablet, a contactless card (or smart card), a computer hard drive, or servers.

E-money has some monetary value in a state currency, such as the Ukrainian hryvnia, often from an issuer that assumes liability for the value. In this way, e-money is different from e-payments that provide access to funds in a bank account. Examples of e-money include prepaid payment cards that use payment networks, such as Visa or MasterCard, or account balances kept at online service providers, such as PayPal. Both can be used for a range of purchases in different establishments. The safety of this type of money really depends on the credibility of a trusted third party. This is because one is trusting Visa or PayPal to safeguard their balance and to validate and authenticate their transactions.

According to the data provided by the European Central Bank, in 2013, the total amount of electronic money issued in the euro area was €5.4 billion.

Another type of e-money is decentralized, without an issuer, and not denominated in national currencies. The most well-known example is Bitcoin, a digital currency that is used for transactions carried out directly between users through a computer network. This is the revolutionary part of cryptocurrencies—transactions can be validated without a trusted third party. The way they achieve this is by using cryptography to ensure that each transaction is valid and secure. Trusted third parties are needed, however, for other functions. These currencies are not redeemable for national currencies. People generally trade them through an online exchange at the market rate. Bitcoin was introduced in 2009. Five years later, there were more than 500 other cryptocurrencies. Even though only few of them ever really do any trading, they continue to develop and innovate.

In 2013, TechCrunch says, more than \$34 million worth of Bitcoins have been spent on goods and services through merchants using BitPay's platform. August was another record month for BitPay, with the service processing transactions worth more than \$6.4 million.

In 2014, according to the Life.SREDA's report, venture capital investments in bitcoin exchange services reached \$318 million.

E-money addresses important consumer needs, but it also raises potential risks and challenges. At present, such risks have the largest impact on individual consumers and businesses. The most significant risk posed by e-money is probably inadequate user protection. This could include insufficient or inadequate information about a new payment-service provider, especially about terms and conditions, fees, or dispute-settlement procedures. Moreover, users may not fully appreciate potential privacy issues, since some e-money providers have business models that depend on advertising revenue derived from sharing personal information about users. Other e-money developments provide relative anonymity, which entails additional risks.

Ukrainian customers also do use e-money for purchasing. Among the companies that provide Ukrainians with such an option are Visa, MasterCard, Webmoney, Yandex.Money, and QIWI. There is, however, only one Ukrainian bank—Fidobank—that issues e-money. Hence, I adhere to the opinion that this market is rather likely to enter, and a number of issuers can be expected to emerge.

Summing up, I would like to say that technology has become part and parcel of any contemporary society. Systems of payment evolve to meet the needs of the society they serve. Within this context, we can see that digital currencies, or «e-money» and similar innovations, are part of a historical continuum. Individuals need to be aware of the risks of using e-money that is not subject to minimum oversight and consumer protection standards. We also need to be aware that cryptocurrencies can be used for money laundering and terrorist financing, which is why governments around the world are finding ways to monitor their use.

References

1. <http://www.bankofcanada.ca/>;
2. <http://sdw.ecb.europa.eu/>;
3. <http://www.cgap.org/>;
4. <http://techcrunch.com/>.

БРЕНДИНГ МІСТ У КОНТЕКСТІ РОЗВИТКУ ТУРИСТИЧНОЇ ГАЛУЗІ УКРАЇНИ

Україна — найперспективніша країна Європи у сфері туризму. Помірний клімат, унікальна природа, наявність великої кількості історичних пам'яток, колоритні жителі — це те, чого так не вистачає іноземним туристам, які стомилися від типових подорожей. Тому у післяреволюційний період важливо більше уваги приділити саме туристичній галузі і створити хоча б зацікавленість до країни серед мандрівників, як до альтернативного європейського туристичного напрямку. На допомогу даному процесу може прийти метод брендингу українських міст, який удало використовується закордоном.

Мета дослідження — це з'ясування теоретичних аспектів брендингу, наявних форм застосування поняття та розгляд специфіки впровадження брендингу українських територій.

Брендинг територій — це досить сучасний і перспективний напрям наукових досліджень у світі і для того, щоб зрозуміти важливість і корисність брендингу, необхідно розглядати й сприймати території як підприємства, які виробляють продукт із метою його подальшої реалізації та одержання прибутку. Для того щоб території стабільно розвивалися, вони, як і комерційні структури, мають приділяти особливу увагу своєму стратегічному плануванню та використовувати брендинг для формування чіткого і позитивного образу [2, с. 17—23].

До сьогоднішнього дня вже була спроба брендингу українських міст. Але не дуже вдала — цей процес брендингу був більше схожим на створення логотипів, що не є достатнім.

27 травня 2010 року в Україні стартував загально національний проєкт «Брендинг міст — справа городян» [3]. Проєкт розпочався в Миколаєві. Жителі міста запросили фахівців для розробки бренду міста. Проте, нічого так і зроблено не було, окрім Інтернет-сайту, на який всі бажаючі могли відправити свої побажання щодо проєкту.

У Харкові за ініціативи дизайн-агенції «3Z» був розроблений не просто логотип, а цілісна система візуальної ідентифікації міста. Ідея досить проста — стріла з першого козацького герба Харкова. Сьогодні Харків — це місто «Х», місто-несподіванка, яке може здивувати. Харків — моторне місто, ніжне місто, місто бажань, місто ідей, вільне місто [1]. Це була достойна робота, але задумка «інноваційного мі-

ста» не могла бути реалізованою через відсутність інноваційної складової та фінансування.

Брендингом міста Івано-Франківськ — «Тепле місто» займався Роман Гавриш. Головною задумкою проекту було створення «теплого», комфортного міста не лише для туристів, а й для жителів. Згідно задумки повинна була зникнути зовнішня несанкціонована реклама, що нагромаджує місто. На її місцях — з'явитися красиві білборди з національною символікою та логотипом міста [4]. Але поки що проєкт знаходиться на стадії зародження.

Брендинг Кривого Рогу — «Місто довжиною в життя» — розпочала самостійно місцева влада, але він був настільки неякісно презентований, що взагалі не вжився в місті.

Схожа доля спіткала й інші українські міста і їхні мрії щодо підвищення попиту серед туристів. Були створені такі пропозиції: Київ — «Місто, де все починається»; Львів — «Відкритий до світу»; Вінниця — «Smile city»; Донецьк — «Місто контрастів»; Чернігів — «Місто легенд»; Хмельницький, Ялта — «Місто щастя» і т.д. [5].

Прикро, проте, загально національний проєкт «Брендинг міст — справа городян» не отримав визнання, і в першу чергу, через відсутність підтримки влади. Чому сталося так — невідомо, але варто все ж не забувати про приклади справжнього брендингу, таких міст як Нью-Йорк, Амстердам, Копенгаген, який неабияк допоміг країнам у збільшенні прибутків.

Досвід міст з успішним брендингом показує, що даний процес не вимагає титанічних зусиль. Усього-на-всього потрібно не забувати про певні правила.

1) Бренд міста повинен відповідати дійсності — він повинен відповідати реальному стану речей, в іншому випадку, у людини може сформуватися недовіру до образу цього міста. Так помилку було здійснено при брендуванні Харкова як «Розумного міста». Але про які інновації та передові технології може йтись там, де їздять трамваї дорадянської епохи?

2) Бренд повинен приваблювати. Різні категорії людей представляють різні вимоги до міста у відповідності зі своїм соціальним статусом, індивідуальними мотивами, що робить необхідним диверсифікувати інструментарій брендингу під різні соціальні групи з тим, щоб бути по-різному привабливим для кожної з них.

3) Бренд повинен простото сприйматися — бути зрозумілим і доступним. Та інформація або ідея, яку несе бренд, не повинна викликати протиріч ні з боку місцевих жителів, ні у приїжджих.

4) Бренд повинен бути оригінальним — він повинен створюватися з акцентом на унікальні й неповторні риси даної території, по яких і можна буде дізнатися і відрізнити дане місто від усіх інших.

Якщо дані правила будуть застосовуватись, можна буде говорити про поняття «брендингу», а не про пусте створення проєктів і логотипів міст.

Висновок. Брендінг українських міст знаходиться сьогодні лише на стані зародження. Для того щоб розвивати даний напрям, потрібна неабияка підтримка влади, жителів міст та інвесторів. Також, варто не забувати, що найефективнішим буде той бренд, який ґрунтується на реальних характеристиках і привабливих особливостях міста.

Література

1. *Мусієздов А. М.* Ідентичність міста: динаміка образу Харкова // *Методологія, теорія та практика соціологічного аналізу сучасного суспільства: Збірник наукових праць.* — Випуск 15. — Харків: ХНУ ім. Каразіна, 2009. — С. 488—494.

2. *Соскіна О. І.* Брендінг міст: досвід країн Вишеградської групи для України / За загальною ред. О. І. Соскіна. — К.: Вид-во «Інститут трансформації суспільства», 2011. — 80 с.

3. «В Україні стартував соціальний проєкт «Бренд міста — справа городян», 2010: [Електронний ресурс] / Прес-центр УНІАН та відділ зв'язків з громадськістю. — Режим доступу: <http://press.unian.ua/pressnews/977513-v-ukrajini-startuvav-sotsialniy-proekt-brend-mista-sprava-gorodyan.html>

4. *Роман Гавріш.* Про міста майбутнього, 2015: [Електронний ресурс] / Роман Гавріш. — Режим доступу: <http://mmr.ua/faces/id/atlas-ukrainskih-siti-brendov-37833/>

Камчатна В. С. (юридичний ф-т, IV курс)

ПРОБЛЕМИ ПРАВОВОГО РЕГУЛЮВАННЯ СПРАВЛЯННЯ ВІЙСЬКОВОГО ЗБОРУ В УКРАЇНІ

Політика — це мистецтво постійного знаходження
обґрунтувань для нових податків.

Гарольд Нар

Відповідно до п. 16-1 підрозділу 10 Перехідних Положень Податкового кодексу України військовий збір встановлюється на території України тимчасово, до набрання чинності рішенням Верховної Ради України про завершення реформи Збройних Сил України.

Спочатку, даний збір встановлювався до 1 січня 2015, проте Закон України «Про внесення змін до Податкового кодексу України та деяких законодавчих актів України щодо податкової реформи» від 28.12.2014 № 71-VIII продовжив його дію. Постає питання, у який же строк планується провести реформу Збройних Сил України? Відповідно до Угоди про Коаліцію депутатських фракцій «Європейська Україна» від 27.11.2014 реформування Збройних сил України та системи забезпечення національної безпеки і оборони передбачає прийняття нових редакцій Стратегії національної безпеки та Воєнної доктрини та інших нормативно-правових актів.

Тож можна зробити висновок, що військовий збір ще не скоро зникне зі сторінок Податкового кодексу України. І тоді постає нагальна потреба з'ясувати, які ж зараз існують проблеми нормативно-правового регулювання та адміністрування військового збору.

Першою проблемою є нормативне закріплення військового збору, а вірніше кажучи — його відсутність. Військовий збір не знайшов свого відображення у переліку загальнодержавних податків і зборів ст. 9 Податкового кодексу України. Потрібно сказати, що це навіть не логічно, адже зміни до ст. 9 Податкового кодексу України та зміни п. 16-1 п. 10 Перехідних положень Податкового кодексу України вносилися одночасно, одним і тим самим нормативно-правовим актом — Законом України від 28.12.2014 № 71-VIII, то чому ж військовий збір обійшли стороною, залишається загадкою.

Наступним проблемним питаннями є визначення: чи є платниками військового збору фізичні особи — підприємці та самозайняті особи?

Відповідно платниками збору є особи, визначені у пункті 162.1 ст. 162 Податкового кодексу України: фізична особа — резидент, яка отримує доходи як з джерела їх походження в Україні, так і іноземні доходи; фізична особа — нерезидент, яка отримує доходи з джерела їх походження в Україні; податковий агент.

Відповідно ст. 15 Податкового кодексу України визначає загальний перелік платників податків та не виділяє окремо фізичних осіб-підприємців і самозайнятих осіб. Ст. 177 Податкового кодексу України встановлює, що фізичні особи-підприємці, крім осіб,

що обрали спрощену систему оподаткування, також виступають платниками податку на доходи фізичних осіб.

Тобто на підставі норм ст. 15, 162, 177, 178, 291 Податкового кодексу України можна зробити висновок про те, що поняття «фізична особа — підприємець», «особи, які обрали спрощену систему оподаткування», «самозайняті особи» включаються до понять «фізична особа — резидент» і «фізична особа — нерезидент», що вживаються в пункті 162.1 ст. 162 Податкового кодексу України.

Об'єктом оподаткування збором є доходи, визначені ст. 163 Податкового кодексу України, а саме: загальний місячний (річний) оподатковуваний дохід; доходи з джерела їх походження в Україні, які остаточно оподатковуються під час їх нарахування (виплати, надання); іноземні доходи — доходи (прибуток), отримані з джерел за межами України (крім нерезидента).

Відповідно до підпункту 14.1.54 пункту 14.1 ст. 14 Податкового кодексу України дохід з джерелом їх походження з України — будь-який дохід, отриманий резидентами або нерезидентами, у тому числі від будь-яких видів їх діяльності на території України, структура доходів відповідно до даної статті включає також доходи від зайняття підприємницькою та незалежною професійною діяльністю.

Виходячи з наведених визначень, дохід фізичної особи — підприємця, зокрема тих осіб, які перебувають на спрощеній системі оподаткування, обліку та звітності, включається до складу доходів, визначених ст. 163 Податкового кодексу України і, таким чином, є об'єктом оподаткування військовим збором.

На це додатково вказують і норми ст. 177 та 297 Податкового кодексу України, адже звільняючи платників податків від оподаткування згідно з положеннями розділу IV «Податок на доходи фізичних осіб» Податкового кодексу України, законодавець фактично говорить, що доходи платника єдиного податку є різновидом доходу, визначеного ст. 163 Податкового кодексу України. Фізичні особи — підприємці, в тому числі і платники єдиного податку, а також самозайняті особи з 1 січня 2015 року є платниками військового збору.

Важливим є те, що нарахування, утримання та сплата (перерахування) військового збору до бюджету здійснюються у порядку, встановленому ст. 168 Податкового кодексу України, проте дана стаття не врегульовує особливості податкового обов'язку платника податків, який перебуває на спрощеній системі.

Підсумовуючи, потрібно сказати, що питання нормативного правового регулювання та адміністрування військового збору мі-

стить значні прогалини та потребує деталізації. А питання реалізації податкового обов'язку зі сплати військового збору фізичними особами — підприємцями, зокрема платниками єдиного податку, а також самозайнятими особами, взагалі залишається не врегульованим належним чином.

Література

1. Податковий кодекс України: офіц. текст: станом на 9 квітня 2015 р. № 2755-VI [Електронний ресурс]. — Режим доступу: <http://zakon2.rada.gov.ua/laws/show/2755-17>

Карімова Є. І.

(ф-т інформаційних систем і технологій, магістрант)

СТАТИСТИЧНИЙ АНАЛІЗ МІГРАЦІЇ НАСЕЛЕННЯ УКРАЇНИ

У сучасних умовах домінуючою тенденцією у міжнародних відносинах є глобалізація, одним з проявів якої виступає міжнародна міграція. Все більшого поширення і значення набуває переміщення людських ресурсів, зумовлене соціально-економічними, військовими, екологічними, етнічними та релігійними чинниками. Актуальність теми полягає в глобальності та стрімкому росту великомасштабних внутрішньодержавних і міждержавних переміщень населення і трудових ресурсів у різних формах, зумовлених, насамперед, нерівномірністю соціально-економічного розвитку країн.

Метою роботи є проведення статистичного аналізу міграції населення України в період з 2010 по 2014 рік.

Об'єктом дослідження є населення України, предметом теоретико-методичні засади статистичного аналізу міграції населення.

Проаналізувавши структуру трудової міграції за рівнем освіти, ми бачимо, що 65 % трудових мігрантів це люди з середньою освітою, порівну, по 15 % емігранти з базовою вищою та закінченою вищою освітою. І лише 5 % із незакінченою середньою освітою (діти).

Рівень освіти трудових емігрантів із України співвідноситься зі сферами працевлаштування трудових мігрантів, де лідером є сфера будівництва (46 %) та домашнього догляду (18 %), 11 % с/г сектор, 9 % працює у сфері оптової та роздрібною торгівлі, по 4 % набрали промисловість, готельний і ресторанний сектор та інші види робіт [2].

Розглянемо ще один вид міграції, внутрішню міграцію. З огляду на політичну ситуацію в країні, дедалі поширенішим стає

поняття внутрішньопереміщених осіб, чи переселенців. За даними Управління з координації гуманітарних питань ООН і Міністерства соціальної політики, станом на 23 березня 2015 року в Україні було зареєстровано 1 178 000 переселенців із тимчасово окупованих територій (АР Крим, частин Донецької та Луганської областей). Основні соціальні загрози, пов'язані з масштабним вимушеним переселенням, виявляються у зростанні навантаження на локальних ринках праці, існуванні проблем з розміщенням переселенців, їх працевлаштуванням, медичним обслуговуванням, доступом до освіти та ін. Розглянемо детальніше як вплинуло вимушене переселення громадян на рівень безробіття в областях, де найбільша частка переселенців [4].

Традиційно популярними напрямками переселення залишаються підконтрольні українській владі території Донбасу, Харківщина, Київщина, Дніпропетровщина й Запоріжжя, частина Луганської області. Загострюється проблема зайнятості — за допомогою у працевлаштуванні до центрів зайнятості звернулось лише 10,7 тис. осіб, з них роботу знайшли тільки 1,8 тис. осіб або 1 % працездатних переселенців [3]. Ми можемо спостерігати значний ріст рівня безробіття серед ЕАН, як за обраними областями, так і по Україні вцілому, що підтверджує вплив зростання чисельності вимушено переміщених осіб на ріст рівня безробіття.

Що впливає на міграційний процес, розглянемо за допомогою кількісного аналізу міграційних процесів, які ускладнюються тим, що більшість чинників не піддається кількісному вираженню, тому, подальший розгляд обмежується лише тими чинниками, щодо яких можливе отримання статистичних даних. Проаналізуємо вплив основних факторів на зовнішню еміграцію населення за регіонами України. Значний вплив на виїзд громадян України мають такі фактори, як рівень міграції по регіонах, середня заробітна плата, заборгованість з виплати заробітної плати, рівень безробіття населення (за методологією МОП), доходи населення за регіонами всього, валовий регіональний продукт, введення в експлуатацію житла [1]. Аналіз проводився за даними Державної служби статистики (додаток 1) за 2012 рік. Ми отримали рівняння регресії:

$$Y = -11,609 + 0,001 \times X1 - 0,021 \times X2 - 0,466 \times X3 + \\ + 0,001 \times X4 - 0,001 \times X5 - 0,011 \times X6,$$

де Y — рівень міграції населення (відношення обсягу мігрантів до економічно активного населення);

$X1$ — середня заробітна плата (в розрахунку на одного штатного працівника, грн / рік);

- X2 — заборгованості з виплати заробітної плати;
- X3 — рівень безробіття населення (за методологією МОП);
- X4 — доходи населення за регіонами всього;
- X5 — валовий регіональний продукт;
- X6 — введення в експлуатацію житла.

Отже, зі зростанням середньої заробітної плати на 1 грн/рік рівень міграції зросте на 0,001 %, а зі зростанням доходів населення на 1 рівень міграції зросте на 0,001 %, зі зростанням заборгованості з виплати заробітної плати на 1 рівень міграції зменшиться на 0,021 %, зі зростанням рівня безробіття на 1 рівень міграції зменшиться на 0,466, зі зростанням ВРП і введення в експлуатацію житла на 1 рівень міграції зменшиться на 0,001 % і 0,011 % відповідно. Тобто, позитивно на рівень міграції впливають фактори: середня заробітна плата та доходи населення за регіонами, інші ж, зазначені в моделі, фактори спричинили негативний вплив на рівень міграції населення.

Висновки. Результати аналізу сприяють розробці організації управління ефективних механізмів регулювання міграційного руху в країні та за її межами. Результати являються необхідною базою та орієнтиром для розробки ефективних програм сприяння зайнятості в регіонах країни.

Література

1. <http://www.ukrstat.gov.ua/>
2. <http://iom.org.ua/ua>
3. <http://www.mlsp.gov.ua/labour/control/uk/index>
4. <http://dmsu.gov.ua/>

Кармалюк Ю. С. (ф-т обліково-економічний, IV курс)

КОМПЛЕКСНІ СИСТЕМИ ЗАХИСТУ ІНФОРМАЦІЇ: ВІТЧИЗНЯНИЙ І ЗАРУБІЖНИЙ ДОСВІД

Постановка проблеми. Отримання фінансової користі — це головна мета злочинців у кіберсвіті, а найпростішим способом, звичайно ж, є крадіжка фінансової інформації у персональних користувачів чи у великих компаній. Адже потім за допомогою цієї інформації можна отримати реальні гроші.

Навіть якщо Ви не виконуєте фінансові операції на комп'ютері, смартфоні чи планшеті, кожен з Вас має певну чуттєву кон-

фіденційну інформацію, будь-то електронна пошта чи акаунт соціальних мереж. Отримавши доступ до них, зловмисники зможуть атакувати Ваших рідних, знайомих. А вже в них можна отримати дані кредитних карток чи он-лайн банкінгу, які зможуть викрасти злочинці.

На жаль, питання кібербезпеки в цілому та комп'ютерних систем захисту інформації зокрема немає достатнього висвітлення в наукових працях і потребує детальнішого дослідження та узагальнення. Це зумовлює актуальність даної статті

Виклад основних результатів дослідження. Практично будь-яка інформація цікава зловмисникам. Від звичайного посту в соціальних мережах про ваші плани чи місце знаходження до інсайдерської інформації великих компаній. Тому дуже часто органи внутрішніх справ рекомендують хоча б не показувати свої плани для широкого кола користувачів соціальних мереж з метою уникнення пограбувань і крадіжок. За допомогою зараженого комп'ютера за користувачем можуть просто стежити.

Комплексна система захисту інформації — сукупність організаційних і інженерно-технічних заходів, які спрямовані на забезпечення захисту інформації від розголошення, витоку і несанкціонованого доступу. Відповідно до чинного законодавства України і вимог окремих нормативних документів Закону України «Про захист інформації в інформаційно-телекомунікаційних системах» та Закону України «Про захист персональних даних» обов'язковому захисту інформації підлягає: інформація, що є власністю держави, або інформація з обмеженим доступом, вимоги по захисту якої встановлені законом, у т.ч. персональні дані громадян.

Окрім описаних небезпек, варто зазначити, що існує окремий вид загроз, коли у користувачів викрадається пряма інформація, пов'язана з фінансами: доступи до електронних платіжних систем, дані кредитних карт, клієнт-банків.

Починалось все з того, що кейлогери¹ перехоплювали натискання клавіш на клавіатурі, тим самим отримуючи логіни і паролі доступу. Але дана хитрість швидко була виявлена і були вжиті всі необхідні заходи. Наприклад, банки блокували управління клієнт-банком з незнайомих IP-адрес.

Проте зловмисники на цьому не зупинились. Отримуючи доступ, до вашої комп'ютерної системи, вони перетворюють її на

¹ це програмний продукт (модуль) або апаратний пристрій, що реєструє кожне натискання на клавішу клавіатури комп'ютера.

«машину-зомбі», що тепер окрім крадіжки закритої інформації, здійснює ряд запрограмованих операції з переказу коштів чи DDoS-атаки ¹ на сервери інших організацій. Отже, фактично, не захищаючи свій комп'ютер, ми стаємо співучасниками кіберзлочинів у глобальній мережі.

Наступним етапом захисту платіжних систем стало введення даних для входу не з фізичної клавіатури, а з віртуальної. Проте, у даному випадку, троянські програми можуть перехоплювати мережеву інформацію, якою обмінюється комп'ютер і клієнт-банк. Тобто даний вид захисту теж не дає повної гарантії тому, що шкідливе ПЗ, яке встановлено на комп'ютері, може відслідковувати поведінку мишки і кліків і робити скрін-шоти екранів. Варто зауважити, що механізми перехоплення фінансової інформації зараз дуже розвинені.

Перелік фінансових даних, якими воліють заволодіти зловмисники можна розділити на три типи (рис. 1).

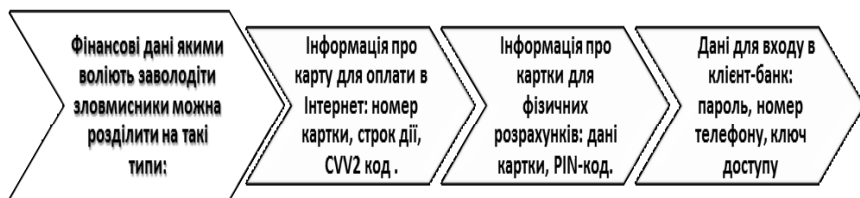


Рис. 1. Перелік фінансових даних, якими хочуть заволодіти

Існує чотири найрозповсюдженіші способи отримання зловмисниками попередньо вказаної фінансової інформації. По-перше, троянські програми, які відслідковують відвідуваність певних ресурсів, натискання на клавіші, скріншоти екрану, а також сучасні способи: фішинг — створення підробних сайтів і скімінг — використання фізичних накладок для банкоматів. Також досить поширеним шахрайським методом є дзвінки власникам карт: зловмисники представляються співробітниками банку і всілякими способами намагаються отримати інформацію про платіжну картку.

Висновки. Щоб уникнути фішингу, при відкритті будь-якої сторінки, пов'язаної з фінансовими операціями, дуже важливо дивитись на протокол з'єднання, який при цьому використовується, а також на адресу сайту, адже там можуть бути переплутані літери

¹ напад на комп'ютерну систему з наміром зробити комп'ютерні ресурси недоступними до користувачів, для яких комп'ютерна система була призначена.

чи додані непотрібно префікси. У цьому разі також варто одразу ж залишити сайт. Захист від скімерів практично повністю залежить від Вашої уваги. Безперечно, найпростішим способом захисту є використання банкоматів лише у відділеннях банків.

Зарубіжний досвід показує, що найкращою практикою захисту є використання трьох різних банківських карт для: 1) для онлайн-платежів; 2) для оплати в терміналах і зняття готівки; 3) для зберігання основних коштів. Також чудово себе зарекомендувала технологія «3DSecure», яка зобов'язує перед здійсненням транзакції ввести код підтвердження, що приходить у смс-повідомленні.

Література

1. Громадський проект масових відкритих онлайн-курсів — «Prometheus» [Електронний ресурс]. — Режим доступу: <http://prometheus.org.ua/>

2. *Гайбура В. В.* Етапи побудови комплексної системи захисту інформації [Електронний ресурс]. — Режим доступу: <http://ubgd.lviv.ua/>

Карповець А.Г., Копаниця К. Ю.

(ф-т фінансово-економічний, IV курс)

ЖИТИ ПО НОВОМУ: ІННОВАЦІЇ В ОПОДАТКУВАННІ ЗАРОБІТНОЇ ПЛАТИ

Україна на сучасному етапі переживає часи активних перетворень, пов'язаних з подоланням економічної і політичної кризи та інтегруванням у міжнародну Європейську спільноту. Такі зміни є наслідком постійних реформаційних процесів у всіх сферах економічного і суспільно-політичного життя. Активними учасниками реформ виступають фізичні та юридичні особи з однієї сторони та держава — з іншої. Максимальне наближення такого діалогу до оптимального рівня означало б, що держава має достатній ресурс для виконання своїх функцій, а її громадяни та інші суб'єкти господарювання мають усі необхідні умови для успішного функціонування і розвитку. Досягнення такої межі можливе за умови активного втілення в життя цих реформ, що поступово приведе до підвищення соціально-суспільного добробуту населення, рівня його доходів і наближення основних макроекономічних показників до Європейського рівня. Отож, основна частка державних ресурсів на пряму залежить від рівня прибутковості юридичних осіб і доходів громадян.

За даними Державної служби статистики України¹ у 2014 року найбільшу питому вагу ресурсів домогосподарства складає дохід у вигляді заробітної плати. Тому, закономірним є прагнення громадян до підвищення рівня заробітної плати адекватної витратам, які можуть забезпечити гідний рівень життя за сучасних умов. Особливо актуальним це питання є для молодого покоління, яке здобуває професійну або вищу освіту, та зацікавлене в отриманні конкурентної заробітної плати.

Моніторингове дослідження рівня заробітних плат у фінансовому секторі показало, що їх рівень коливається в межах 1500 — 5000 гривень у бюджетній сфері та від 3000 до 12000 гривень у приватному секторі.

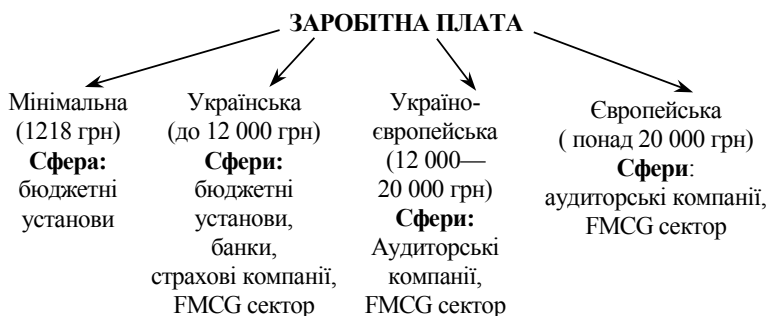


Рис. 1. Умовний розподіл заробітних плат в Україні

Громадяни нашої країни отримують найчастіше саме українську або україно-європейську заробітну плату¹. Однак, за даними журналу «Forbes»², витрати, які несе середньостатистичний громадянин України, що формують споживчий кошик на місяць, складають близько 4000 грн.

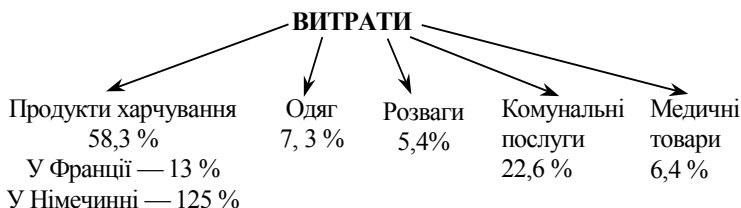


Рис. 2. Споживчий кошик українця, 2014 рік

¹ Державна служба статистики Режим доступу: <http://www.ukrstat.gov.ua>

² Журнал «Forbes» грудень 2014 року

Різниця показників з європейськими країнами пов'язана не тільки з національними особливостями економіко-політичного розвитку, а й із рівнем податкового навантаження. За рівнем централізації економіки виділяють три моделі: Американську, Західноєвропейську та Скандинавську.

Таблиця 1

ОСОБЛИВОСТІ МОДЕЛЕЙ У РОЗРІЗІ ОБ'ЄКТА ДОСЛІДЖЕННЯ

Країна — представник	Середня заробітна плата, 2014 р., \$	Середнє податкове навантаження на дохід у вигляді заробітної плати, %
США	6063	33,7
Німеччина	4576	38,2
Норвегія	7049	46,9

Як свідчать дані з табл. 1, такий рівень доходів і відсоток сплачуваних податків дає можливість працівникам заощаджувати кошти. В Україні ж податкове навантаження на заробітну плату сягає 65,83 % (за рахунок сплати таких податків: військовий збір; ЄСВ з працівника; ЄСВ з роботодавця; ПДФО). У ході дослідження було виявлено, що у 2015 порівняно з 2014 роком податкове навантаження зросло. Найсуттєвішою ця різниця є для працівників, що отримують заробітну плату понад 25000 гривень (на 2,9 %).

За останній рік, в умовах трансформації соціальної, політичної та економічної сфери, зросло боргове навантаження на бюджет, через необхідність фінансування дефіциту та зовнішньої заборгованості; відбулось виснаження золотовалютних резервів, що спричинило девальвацію національної валюти. Стагнаційні процеси в економіці вплинули на рівень життя населення, скоротили їх купівельну спроможність і здатність до заощаджень. З метою вирішення цих проблем у податковому законодавстві щодо оподаткування заробітної плати відбулись такі ключові зміни:

— ПДФО: нова ставка 20 % (замість 17 %) для заробітних плат, що перевищують 10 мінімальних заробітних плат, а також відміна пільгової ставки 10 % для заробітних плат шахтарів і воєнізованих рятувальних служб;

— ЄСВ для роботодавця: можливість роботодавцям зменшити навантаження на фонд оплати праці, зокрема шляхом легалізації фонду оплати праці та зменшення діючої ставки єдиного внеску при дотриманні певних умов на коефіцієнт 0,4 у 2015 році та 0,6 у 2016 році;

— ЄСВ для працівника: база оподаткування у 2015 році має бути не нижче мінімальної заробітної плати. За виключенням неосновного місяця роботи та винагород за цивільно-правовими договорами;

— військовий збір: з 2015 року, в тому числі, із заробітної плати стягується 1,5 %.

Таблиця 2

ПЕРЕВАГИ ТА НЕДОЛІКИ ІННОВАЦІЙ ДЛЯ ПЛАТНИКІВ І ДЕРЖАВИ

	Переваги	Недоліки
Для фізичних осіб	Стимул для роботодавців підвищувати та індексувати заробітні плати	Несправедлива база оподаткування для нових працівників
Для роботодавців	Можливість зменшити суму податку на фонд заробітної плати	Можливе збільшення кількості перевірок з боку фіскальних органів
Для держави	Детінізація економіки. Збільшення надходжень до державного бюджету	Зростання витрат на адміністрування. Потрібна ефективна політика роз'яснень нововведень

Таким чином, дана податкова реформа є обґрунтованою, продуманою та ефективною. Очікується вивід фондів заробітних плат із тіньового сектора економіки — це є нагальною необхідністю в сучасних умовах. Беручи до уваги іноземний досвід, потрібно надати можливість населенню заповнювати та подавати декларації про доходи в податкові органи самостійно. Це зробить процедуру нарахування та сплати сум податку до бюджету прозорою та зрозумілою для працівників. Ми завжди маємо шанс побудувати омріяну країну, єдине — ми повинні його використувати.

Література

1. Податковий кодекс України станом на 6 лютого 2015 року із змінами та доповненнями.
2. Бухгалтерська всеукраїнська газета «Все про бухгалтерський облік», випуск №3 від 15.01.2015

ПРОБЛЕМНІ ПИТАННЯ ВИКОРИСТАННЯ ВІТЧИЗНЯНИХ І ЗАРУБІЖНИХ МЕТОДІВ КАЛЬКУЛЮВАННЯ ВИТРАТ ЗА ПОСЛУГАМИ БЮДЖЕТНИХ УСТАНОВ

Розглянуто проблемні аспекти обліку витрат і калькулювання послуг бюджетних установ на прикладі науково-дослідних робіт і послуг, які надають вищі навчальні заклади. У статті обґрунтовано, що ABC-метод є точнішим підходом до розподілу накладних витрат науково-дослідних робіт і послуг ніж традиційний позамовний метод.

Ключові слова: облік, витрати, науково-дослідні роботи, калькулювання, попроцесний метод, ABC-метод.

Considered problematic aspects of accounting of costs and calculation of budget institutions services on the example of scientific research services that provide higher education. Substantiated the fact that the ABC-method is more accurate approach for indirect costs distribution than traditional process based method.

Key words: accounting, costs, scientific research services, calculation, process based method, ABC-method.

Постановка проблеми. Дефіцит державного бюджету, який особливо загострився в ситуації економічної та соціальної кризи в Україні, та складний стан бюджетної галузі спонукає до детальнішого та глибшого вивчення обліку і калькулювання послуг бюджетних установ, які являються суттєвою дохідною статтею бюджетів різних рівнів.

Аналіз останніх досліджень і публікацій. Питання витрат та їх калькулювання в системі управлінського обліку, в тому числі в розрізі бюджетних установ, розкриті в працях С. Ф. Голова, К. Друрі, Ф. Ф. Бутинця, С. В. Свірко, М. Г. Михайлова, М. І. Телегунь, О. П. Славкової, В. М. Добровського, М. А. Вахрушиної, М. Д. Врублевського, В. Б. Івашкевича, Л. В. Нападовської, Дж. Фостера, А. Ф. Аксененка.

Проте, не дивлячись на достатню кількість досліджень, залишаються неоднозначними суттєві питання методик калькулювання та обліку витрат у науково-дослідних установах та їх удосконалення.

Метою статті є удосконалення організації обліку витрат і методики калькулювання собівартості на прикладі науково-до-

слідних робіт і послуг (далі — НДРП) та обґрунтування можливості і шляху використання міжнародного досвіду.

Виклад основного матеріалу дослідження. Під *послугою бюджетної установи* слід розуміти діяльність, спрямовану на задоволення потреб у соціально-культурних та інших суспільних благах, що конституційно гарантовані державою щодо її громадян [1].

Так як найбільша частка платних послуг бюджетних установ надають навчальні заклади, то ми розкриємо дану тему на прикладі освітньої сфери, зокрема НДРП. Документом, який регламентує перелік платних послуг закладів освіти, є *Постанова Кабінету Міністрів від 27 серпня 2010 року №796* [2].

Облік і калькулювання НДР виконують *позамовним методом*, а об'єктом калькулювання є окрема *тема*. Даний метод передбачає, що одна тема організаційно виділяється в процесі виконання роботи та інформаційно обмежується спеціальним, індивідуально присвоєним кодом — номером замовлення, що є, як правило, об'єктом аналітичного обліку. Номер замовлення є унікальним.

Традиційною для вітчизняного обліку є калькулювання повної собівартості, що включає в себе всі витрати наукової організації, пов'язані з виробництвом і реалізацією продукції та послуг. Ці витрати умовно, залежно від способів включення у вартість науково-технічної продукції, діляться на дві великі групи — прямі і непрямі (накладні).

Типовим положенням від 20.07.1996 р. № 830 [3] рекомендовано побудову калькулювання собівартості НЕРП за статтями калькуляції.

Для бюджетних організацій, що здійснюють виконання державних замовлень на НДРП, складання річної планової калькуляції кошторисної вартості робіт є обов'язковим. Запропонований Типовим положенням порядок не є оптимальним з таких причин: вартість НДРП крім собівартості виконуваних робіт включає податки; на підставі фінансових планів наукової організації може закладатися плановий прибуток; планові дані за статтею «Накладні витрати» для окремо взятої теми не можуть бути розраховані аналітичним шляхом — дана стаття на етапі укладання договору може бути закладена тільки на основі раніше визначеного та затвердженого, розробленого нормативу.

На нашу думку, є корисною пропозиція виділення зі складу накладних витрат такі статті прямих витрат, як «Амортизаційні відрахування основних засобів, що попередньо використовувались при виконанні НДР», «Витрати на виплату авторський винагород» і «Витрати на патентування та сертифікацію продукції» [4].

Головним недоліком традиційного позамовного методу є те, що собівартість продукції визначається вже після закінчення виробничого циклу, коли вже не можна вплинути на витрати. Зарубіжна практика пропонує *ABC-метод* (*Activity Based Costing* — калькулювання на основі діяльності).

ABC-калькулювання не тільки надає інформацію про собівартість, але також допомагає знижувати споживання ресурсів. Метод ABC забезпечує посилення контролю за іншими операціями, що викликає виникнення накладних витрат. На рис. 1 ми бачимо порівняння традиційного методу калькулювання та ABC-методу [5]:

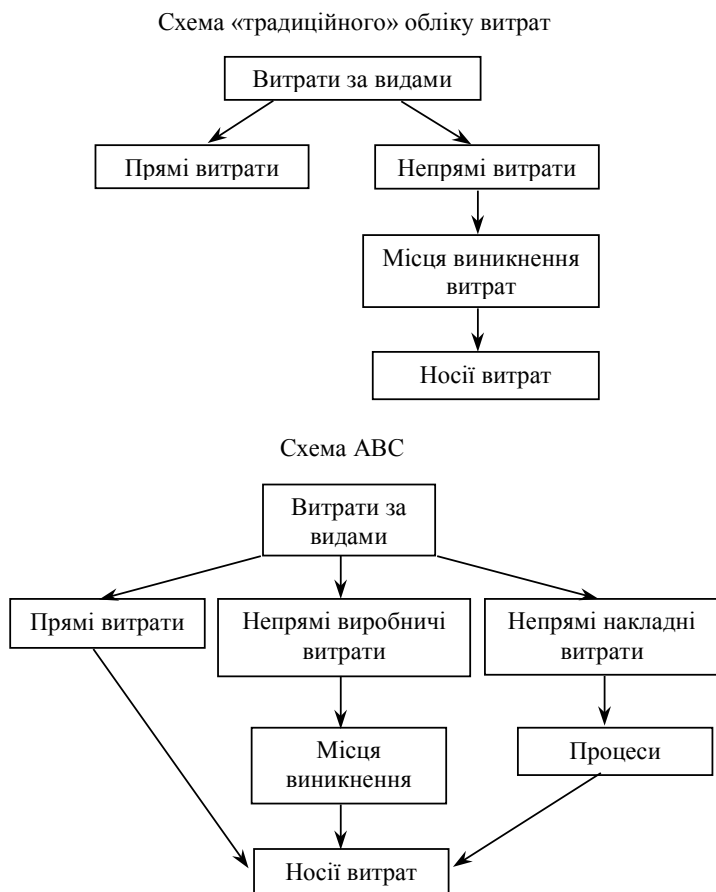


Рис. 1. Порівняння традиційного методу калькулювання та ABC-методу

Як ми бачимо з даної схеми, *принциповою відмінністю методу ABC-калькулювання від інших методів є порядок розподілу непрямих витрат.*

Дослідження показало, що даний метод повинен використовуватися не тільки як спосіб розподілу накладних витрат, а як інструмент управління.

Висновки. Специфікою діяльності науково-дослідних установ є те, що накладним витратам належить значна частка у собівартості робіт і послуг, однак контролювати їх важче ніж прямі. Важливою проблемою є неточність діючої номенклатури витрат, що використовується. Удосконалена номенклатура статей на НДРП передбачає виокремлення у складі прямих витрат амортизації основних засобів, що безпосередньо використовуються при виконанні НДР; авторської винагороди; витрат на патентування та сертифікацію продукції. Тільки системний підхід до вивчення найкращих аспектів організації бухгалтерського обліку в зарубіжних країнах для практичного їх впровадження в Україні дасть змогу забезпечити ефективне управління витратами.

Література

1. *Джога Р. Т.* Бухгалтерський облік у бюджетних установах: Підручник / За заг. ред. проф. Р. Т. Джоги / Р. Т. Джога, С. В. Свірко, Л. М. Сінельник. — К.: КНЕУ, 2003. — 483 с.

2. Постанова Кабінету Міністрів «Про затвердження переліку платних послуг, які можуть надаватися навчальними закладами, іншими установами та закладами системи освіти, що належать до державної і комунальної форми власності» від 27 серпня 2010 року №796. [Електронний ресурс]. — Режим доступу до документу: <http://zakon2.rada.gov.ua/laws/show/795-2007-%D0%BF>

3. Постанова Кабінету Міністрів «Про затвердження Типового положення з планування, обліку і калькулювання собівартості науково-дослідних та дослідно-конструкторських робіт» від 20 липня 1996 р. № 830. [Електронний ресурс]. — Режим доступу до документу: <http://zakon2.rada.gov.ua/laws/show/830-96-%D0%BF>

4. *Столярчук Н. М.* Облік витрат і калькулювання собівартості науково-технічної продукції / Н.М. Столярчук // Облік і фінанси. — 2014. — № 1 (63). — С. 44—49.

5. *Скрипник М. І.* ABC-калькулювання / М. І. Скрипник // Вісник ЖДТУ. — 2009. — № 3 (49). — С. 176—180.

ОПТИМАЛЬНА СТРУКТУРА КАПІТАЛУ ПІДПРИЄМСТВ УКРАЇНИ ЗА ГАЛУЗЯМИ ДІЯЛЬНОСТІ

Досягнення підприємством підтримання рентабельності, отримання максимального прибутку та забезпечення фінансової стійкості забезпечується через створення оптимальної структури капіталу, що є важливим не тільки для підприємства, як окремої одиниці економічного механізму, але й за для ефективного та продуктивного ведення ними господарської діяльності в розрізі кожного галузевого напрямку економічної стабільності країни в цілому.

Тому, метою дослідження є визначення оптимальної структури капіталу для підприємств України за галузями діяльності.

У процесі дослідження було розраховано значення окремих показників фінансового стану в динаміці з 2011 по 2013 рр. і показників визначення структури капіталу: ЕФЛ і WACC на прикладі п'яти таких підприємств, як ПАТ «Фармак», ДАК «ХЛІБ УКРАЇНИ», ПАТ «Укртелеком», Будівельна компанія «УкрБуд», а також, ПАТ «ЖИТОМИРСЬКИЙ МАСЛОЗАВОД», що належать, відповідно, до хімічної галузі, сільськогосподарської галузі, галузі транспорту та зв'язку, будівельної галузі та харчової галузі (табл. 1).

З табл. 1 видно, що лише кільком підприємствам вдалося дотриматися рівня рентабельності більше WACC. Рівень рентабельності в ПАТ «Фармак» тримається на досить високому рівні протягом усього досліджуваного періоду, що свідчить про достатнє забезпечення інвестиційного капіталу розміром чистого прибутку підприємства. Також позитивні коефіцієнти мають такі підприємства, як ПАТ «Укртелеком», ДПАТ «Будівельна компанія «УкрБуд», а також ПАТ «ЖИТОМИРСЬКИЙ МАСЛОЗАВОД», однак недостатньо високий і спадний рівень свідчить про необхідність здійснення підприємствами заходів щодо поліпшення даної ситуації.

Оскільки, найменший показник ЕФЛ показує саме ДАК «ХЛІБ УКРАЇНИ», а, також, ДПАТ «Будівельна компанія «УкрБуд», розрахуємо оптимальну структуру відношення позикового та власного капіталу даних підприємств (табл. 2).

Слід зазначити, що при збільшенні частки власного капіталу, ми досягаємо ЕФЛ, що близький до 0, однак дане значення, по своїй мірі, повністю виключає присутність у структурі позикового капіталу.

Таблиця 1

**ДИНАМІКА РОЗМІРУ ЕФЛ ТА WAСС ПІДПРИЄМСТВ УКРАЇНИ
ЗА ГАЛУЗЯМИ ЗА 2011-2013 РР**

Коефіцієнт рентабельності інвестованого капіталу, %	Чистий прибуток після оподатку- вання	Ставка податку на прибуток, %	1	Показник		
22,69	243820	23	2	ПАТ «Фармак»	Хімічна галузь	2011
24,25	278412	21	3			2012
18,43	302678	19	4			2013
-123,44	-475240	23	5	«ХЛБ УКРАЇНИ»	С/г галузь	2011
-5,95	-54560	21	6			2012
-16,35	-125852	19	7			2013
-2,87	-258767	23	8	ПАТ «Укртелеком»	Транспорт і зв'язок	2011
6,63	366802	21	9			2012
2,49	138860	19	10			2013
0,20	396	23	11	«Укрбуд»	Будівельна галузь	2011
0,27	617	21	12			2012
2,21	4755	19	13			2013
7,33	21302	23	14	ПАТ «ЖИТОМИРСЬКИЙ МАСЛОЗАВОД»	Харчова галузь	2011
18,19	65180	21	15			2012
11,96	48571	19	16			2013

WACC	Рівень сплати дивідендів (вартість акціонерного капіталу), %	Сума сплати дивідендів	Середній рівень відсотків за кредит, %	Загальна сума капіталу	Надані кредити, усього	ЕФД, %	Середній рівень відсотків за кредит, %	коефіцієнт вартості рентабельності активів, %
3,95	1,61	15858	17,7	1518852	322814	2,61	17,74	54,63
3,88	1,19	13173	18,1	1738703	380944	1,00	18,06	55,41
3,13	0,76	10643	18,4	1969998	342736	5,27	18,41	55,49
1,34	0,00	0	17,74	1030099	101287	-16,53	17,74	1,92
1,00	0,00	0	18,06	1430582	99887	-9,81	18,06	0,83
1,13	0,00	0	18,41	1321871	99908	-12,95	18,41	0,71
3,49	0,00	0	17,74	11742704	3002643	-3,44	17,74	9,95
3,79	0,00	-10	18,06	9096718	2417232	3,52	18,06	24,39
0,86	0,00	-1	18,41	8837123	511178	2,34	18,41	22,58
0,04	0,05	101	17,74	224808	0	-0,84	17,74	8,03
0,09	0,06	119	18,06	250772	661	-2,35	18,06	6,49
1,21	0,09	185	18,41	278480	21342	-2,89	18,41	8,54
1,67	0,00	0	17,74	415979	50800	0,36	17,74	40,99
0,70	0,00	0	18,06	485780	23890	0,59	18,06	49,97
0,41	0,00	0	18,41	485452	13339	0,51	18,41	52,97

Таблиця 2

ВИЗНАЧЕННЯ ОПТИМАЛЬНОЇ СТРУКТУРИ КАПІТАЛУ ЗА СЕРЕДНЬОЗВАЖЕНИМИ ПОКАЗНИКАМИ ДІЯЛЬНОСТІ ПІДПРИЄМСТВА ЗА 2011—2013 РР

% позикового капіталу	% акціонерного капіталу	Ставка по-датку на прибуток, %	Сума позичкового капіталу	Сума Власного капіталу	Пасив	Показник
50	50	21	624294,7	636556,0	1260851	«ХЛБ УКРАЇНИ»
40	60		504340,3	756510,4	1260851	
30	70		378255,2	882595,5	1260851	
20	80		252170,1	1008680,5	1260850,7	
10	90		126085,1	1134765,6	1260850,7	
20	80	21	50322,0	201031,3	251353,3	Будівельна компанія «Укрбуд»
10	90		25135,3	226218,0	251353	
5	95		12567,7	238785,7	251353,3	
2	98		5027,1	246326,3	251353,3	
0	100		0,0	251353,3	251353,3	

¹ Розраховано автором на основі даних фінансової звітності підприємств за 2011—2013 рр.

ЕФЛ, %	Середній рівень відсотків за кредит, %	Активи	Валовий прибуток	коефіцієнт вартості рентабельності активів, %
-13,16	18,1	1260851	13642	1,08
-12,05	18,1	1260851	13642	
-7,74	18,1	1260851	13642	
-4,52	18,1	1260850,7	13642	
-2,01	18,1	1260850,7	13642	
-2,05	18,1	251353,3	19367,67	7,71
-2,01	18,1	251353	19367,7	
-0,95	18,1	251353,3	19367,67	
-0,37	18,1	251353,3	19367,67	
0,00	18,1	251353,3	19367,67	

Щодо визначення WACC, то слід зазначити, що після 2011 року в усіх галузях даний показник мав значну тенденцію до зниження. Слід звернути увагу на той факт, що середня вартість капіталу має обернену залежність із середньою процентною ставкою по кредитах, тобто зі збільшенням середньої процентної ставки з 17,7 % у 2011 році до 18,4 % у 2013 призвело до помірної, а в деяких галузях навіть значного зменшення WACC.

Таким чином, можна сказати, що оптимальна структура капіталу — це не лише оптимальне співвідношення рентабельності власного капіталу та фінансової стійкості підприємства, але й визначення вартості підприємства в цілому, а також максимальної ціни акцій на ринку, що дозволить структурі капіталу відповідати

основним цілям і задачам підприємства й функціонувати як економічно обґрунтована категорія.

Отже, ми можемо стверджувати, що визначення оптимальної структури капіталу є доволі складним процесом за рахунок структури окремого підприємства, його належності до тієї чи іншої галузі та великий вплив макроекономічних ризиків, що не дозволяють кожному окремому підприємству підтримувати фінансову стійкість на належному рівні.

Література

1. Бланк И. А. Управление формированием капитала [Текст] // И. А. Бланк. — К.: Ника-Центр, Сльга, 2002. — 512 с.
2. Гадзевич О. І. Основи економічного аналізу і діагностики фінансово-господарської діяльності підприємств: навчальний посібник / Гадзевич О.І. — К.: Кондор, 2004. — 180 с.
3. Терещенко О. О. Фінансова діяльність суб'єктів господарювання: Навч. посібник. — К.: КНЕУ, 2003. — 554 с.

Кондратюк А. П. (фінансово-економічний ф-т, IV курс)

ФІСКАЛЬНА СПРОМОЖНІСТЬ ПОДАТКУ НА НЕРУХОМЕ МАЙНО В УКРАЇНІ ТА СВІТІ

Нині в Україні актуальним є становлення фіскального федералізму, але однією з проблем органів місцевого самоврядування залишається недостатній обсяг дохідної частини місцевих бюджетів і високий рівень їх дотаційності. Постає питання формування дохідної частини місцевих бюджетів за рахунок джерел, надходження від яких є фінансово значущими, стабільними і витрати на адміністрування яких є набагато меншими, ніж надходження. Це можна вирішити шляхом запровадження податку на нерухоме майно, який має зараховуватися цілком до місцевих бюджетів.

По-перше, як свідчить досвід інших країн, база податку на нерухоме майно є відносно мало мобільною, а тому ухилятися від сплати цього податку складно, навіть за умов різних ставок податку на нерухоме майно у різних місцях. Крім того, чимало з послуг, які фінансувалися б за рахунок податку на нерухоме майно, призначалися б саме для власників майна, тож тут існує прямий зв'язок між тим, хто платить, і тим, хто отримує користь від цьо-

го. Більше того, база податку на нерухоме майно може бути визначена так, щоб обмежити тягар податку на платників із низьким рівнем доходів, і в такий спосіб буде дотримано принцип платоспроможності. Податок на нерухоме майно може також бути ефективним засобом оподаткування доходів, отриманих у тіньовій економіці. Також цей податок є відносно стабільним, попри коливання в економічному циклі, і якщо він буде правильно побудований, то адмініструвати його буде нескладно, потрібно буде лише чітко визначити інституційні вимоги до запровадження цього податку [1].

На сучасному етапі податок на нерухоме майно існує приблизно в 130 країнах світу [2], але його значення у формуванні бюджетів є різними. Світовий досвід показує, що при використанні правильного підходу податок на нерухоме майно може стати однією з вагомих статей дохідної частини бюджету. Зокрема, бюджету Російської Федерації цей податок приносить 9 % від усіх надходжень [2]. Він забезпечує до 81 % надходжень до місцевих бюджетів у Канаді, від 10 до 70 % — у США [2]. У країнах з економікою, що розвивається, за даними Світового банку, податок на нерухомість становить 40—80 % платежів до місцевих бюджетів [2].

Податок на нерухоме майно є винятково місцевим податком у країнах ЄС, хоча його граничні ставки визначаються на центральному рівні. Об'єктом оподаткування є земля та споруди. У Великій Британії це основний місцевий податок, який включає і плату за землю. Частка цього податку у власних надходженнях місцевих бюджетів становить від 10 % — у Данії, Фінляндії, Греції, Люксембурзі; до 50 % — у Бельгії, Латвії, Литві, Польщі, Словаччині, Словенії, Іспанії і майже 100 % — у Великій Британії, Естонії, Ірландії [2].

Справляння податку на нерухоме майно, відмінне від земельної ділянки, в Україні запроваджено з 1 січня 2012 року. Надходження від цього податку у 2012 році до місцевих бюджетів були вкрай незначними. За даними Державної казначейської служби України вони становили 86 тис. грн, що складає 0,0001 % податкових надходжень до місцевих бюджетів. У зв'язку з невідповідністю до практичного впровадження зазначеного податку (не сформовано реєстр житлової нерухомості та не завершено облік платників податку на нерухоме майно) норма Податкового кодексу України щодо обов'язкового оподаткування нерухомого майна була відкладена та набула чинності лише з 1 січня 2014 року. Сплачені суми податку або повертались платникам відповідно до

поданих заяв до податкових інспекцій, або зараховувались для сплати податку в 2014 році.

Отже, цей податок, на сьогодні, залишається лише гіпотетичним джерелом поповнення доходів місцевих бюджетів. Механізм сплати цього податку на території України потребує змін і суттєвого вдосконалення. Вивчення зарубіжного досвіду показали, що порядок його справляння — досить простий, а ефективність достатньо висока.

Причиною низького рівня фіскальної спроможності цього податку, слугують запроваджені економічно необґрунтовані податкові пільги при оподаткуванні об'єктів житлової нерухомості. Доцільніше використовувати показник неоподаткованого мінімуму, який залежить від соціальних нормативів (21 кв. метр загальної площі на одну особу та додатково 10,5 кв. метра на сім'ю). Це сприятиме дотриманню гарантій соціального захисту населення, з одного боку, а з іншого, — збільшенню фіскальної спроможності цього податку.

Загалом запровадження податку на нерухоме майно має бути поступовою, поетапною, відповідальною роботою компетентних органів державної влади у тісній співпраці з фахівцями, експертами, громадським сектором, засобами масової інформації. На першому етапі має відбутися коригування чинного механізму оподаткування нерухомого майна, на другому — впровадження диверсифікованої системи об'єктів оподаткування, на третьому — формування кадастру нерухомості, на четвертому — створення державного кадастрового органу і на завершальному п'ятому етапі — встановлення ставки податку на основі вартісної оцінки майна [3].

Запропонований механізм нарахування податку на нерухоме майно дозволить збільшити доходи місцевих бюджетів, забезпечити виконання принципів справедливості та результативності побудови бюджетної системи, розширити самостійність органів місцевого самоврядування у вирішенні питань місцевого значення. Головним же завданням залишається поетапний процес реформування системи оподаткування шляхом поступового переходу від площі об'єкта як бази нарахування податку до вартості об'єкта нерухомості.

Література

1. *Скворцова С. Я.* Податок на нерухомість як ефективне джерело наповнення місцевих бюджетів / С. Я. Скворцова // Актуальні проблеми економіки. — 2013. — № 8. — С. 109—114.

2. *Берегова Ж. С.* Податок на нерухоме майно як додаткове джерело наповнення місцевих бюджетів / Ж. С. Берегова // Управління розвитком. — 2014. — № 2. — С. 42—44.

3. *Педченко Н. С.* Удосконалення механізму оподаткування нерухомого майна в контексті формування бюджетного потенціалу регіону / Н. С. Педченко, В. Ю. Ігнатенко // Бізнесінформ. — 2013. — № 9. — С. 137—143.

Є. В. Корольова Я. В. Титаренко (ФУПтаМ, 3 курс)

АВС-АНАЛІЗ ДЕБІТОРСЬКОЇ ЗАБОРГОВАНOSTІ ЗА ВИДАМИ ЕКОНОМІЧНОЇ ДІЯЛЬНОСТІ ГАЛУЗЕЙ ЕКОНОМІКИ УКРАЇНИ

Сучасні підприємства України перебувають у критичному стані. Однією із найважливіших причин цього є нарощування дебіторської заборгованості. У зв'язку з цим підприємство не може розрахуватися за своїми поточними зобов'язаннями і визнається неліквідним, тобто неплатоспроможним. Стан кожного окремо взятого підприємства напряму впливає на економіку України в цілому, тому варто звертати увагу на галузі економіки з найбільшою дебіторською заборгованістю та вживати термінових заходів для її зменшення.

Метою статті є дослідження дебіторської заборгованості галузей економіки України за допомогою використання прийомів АВС-аналізу. Цей метод дозволяє класифікувати бізнес-ресурси фірм залежно від їхньої значущості.

У ході дослідження було використано статистичні дані 2011, 2012 та 2013 років, щоб порівняти зміни, які відбулися, і довести, що АВС-аналіз є ефективним засобом дослідження інформації і дає обґрунтовані, логічні висновки.

Вихідні дані зазначені у таблиці:

	2011, млн грн		2012, млн грн		2013, млн грн	
Галузь	На поч. року	На кін. року	На поч. року	На кін. року	На поч. року	На кін. року
Сільське, лісове та рибне господарство	45491,2	63698,8	61807,3	85340,5	86979,5	98290,2
Промисловість	410006	454465,8	445108	498079	491528,4	512093,2

Закінчення табл.

	2011, млн грн		2012, млн грн		2013, млн грн	
Галузь	На поч. року	На кін. року	На поч. року	На кін. року	На поч. року	На кін. року
Будівництво	49578,9	61835,9	75348,3	92631	87345,9	98888,6
Оптова та роздрі- бна торгівля; ре- монт автотранс- портних засобів і мотоциклів	433164	511343,1	444854	548189,1	540909,8	560446,8
Транспорт, складське госпо- дарство, поштова та кур'єрська дія- льність	50619,9	62639,6	52590,6	62338,6	62756	73843
Тимчасове роз- міщування й ор- ганізація харчу- вання	3797,2	4283,8	4753,1	6103,8	5915,4	7071
Інформація та те- лекомунікації	—	—	19131,6	18778	21875,8	21477,8
Фінансова та стра- хова діяльність	88932,8	109102,7	112986	1400351,4	108341,3	115847,9
Операції з неру- хомих майном	219871	224040,4	81315,2	91220,7	95358,3	96525,4
Професійна, нау- кова та технічна діяльність	—	—	96624,2	125352,5	131463,5	161379
Діяльність у сфері адміністративного та допоміжного обслуговування	—	—	28248	28680,4	23606,9	26350,2
Освіта	310,4	350,9	310,4	350,9	333,3	322,4
Охорона здоров'я та надання соціа- льної допомоги	1126,5	1139,4	1078,1	1083,7	1141,7	1535,8
Мистецтво, спорт, розваги та відпочинок	5011,2	6723,9	1570	2002,8	2658,3	3153,8
Надання інших видів послуг	—	—	931,8	894,4	770,7	878,6
Усього	1308085	1499971,5	146657	1701397,3	1660985	1778103,7

Розподіл на групи А, В і С проводиться за таким принципом:

- група А — 75% від загальної суми заборгованості ;
- група В — 20% від загальної суми дебіторської заборгованості;

- група С — 5% від загальної суми дебіторської заборгованості.

Найчастіше в групу А потрапляє найменша кількість підприємств, а в даному випадку — найменша кількість галузей, а в групу С — найбільша їх кількість.

	2011	2012	2013
Група А	— промисловість; — оптова та роздрібна торгівля; — операції з нерухомим майном	— промисловість; — оптова та роздрібна торгівля; — фінансова та страхова діяльність	— промисловість; — оптова та роздрібна торгівля; — професійна, наукова та технічна діяльність
Група В	— сільське, лісове та рибне господарство; — будівництво; — транспорт, складське господарство, поштова та кур'єрська діяльність; — фінансова та страхова діяльність	— сільське, лісове та рибне господарство; — будівництво — операції з нерухомим майном; — професійна, наукова та технічна діяльність; — діяльність у сфері адміністративного та допоміжного обслуговування	— фінансова та страхова діяльність — сільське, лісове та рибне господарство; — будівництво; — операції з нерухомим майном; — діяльність у сфері адміністративного та допоміжного обслуговування
Група С	— тимчасове розміщення й організація харчування; — освіта; — охорона здоров'я та надання соціальної допомоги; — мистецтво, спорт, розваги та відпочинок; — надання інших видів послуг	— транспорт, складське господарство, поштова та кур'єрська діяльність; — тимчасове розміщення й організація харчування; — інформація та телекомунікації; — освіта; — охорона здоров'я та надання соціальної допомоги; мистецтво, спорт, розваги та відпочинок; — надання інших видів послуг	— транспорт, складське господарство, поштова та кур'єрська діяльність; — тимчасове розміщення й організація харчування; — інформація та телекомунікації; — освіта; — охорона здоров'я та надання соціальної допомоги; мистецтво, спорт, розваги та відпочинок; — надання інших видів послуг

АВС-аналіз дає можливість формувати цільові групи боржників. **Головним є те, що в результаті аналізу виділяється група підприємств певних галузей економіки, які акумулюють найбільшу суму боргу, тому з боку державних органів їм необхідно приділити увагу в першу чергу.** Відповідно до отриманих результатів, можемо зазначити, що у згаданих роках ранжування галузей народного господарства за сумою дебіторської заборгованості зазнало змін. Варто окремо зауважити, що у 2012 році відбулися структурні зрушення, внаслідок чого в групу А потрапили підприємства фінансової та страхової сфер діяльності, а підприємства, що здійснюють операції з рухомим майном, перейшли в групу В. Це свідчить про те, що в даній галузі були прийняті певні заходи стосовно скорочення дебіторської заборгованості. Натомість ситуація з дебіторською заборгованістю у сфері фінансів і страхової діяльності погіршилась. У 2013 році в групі А сферу фінансової діяльності замінила сфера професійної і наукової діяльності. Важливою особливістю, яка була підмічена в ході роботи, є те, що показники дебіторської заборгованості в кінці періоду значно зростають. Головні боржники у 2011, 2012 і 2013 роках не змінюються: промисловість і торгівля залишаються на перших позиціях за заборгованістю. Ефективність даного методу є помітнішою у 2012 і 2013 роках, оскільки з'являється чітка градація за категоріями А, В, С. У 2011 році категорії В і С були однакові за кількістю боржників. У підсумку зазначимо, що галузі, які потребують найбільше уваги з боку держави, перебувають в категорії А.

Література

1. Державна служба статистики України — <http://www.ukrstat.gov.ua/>
2. Інструмент для проведення автоматизованого АВС/FMR/(XYZ)/VED-аналізу [Електронний ресурс] / Д.В. Горілик, А. В. Горілик, В. П. Попович, Б. П. Громовик // Клінічна фармація, фармакотерапія та медична стандартизація. — 2012.
3. Новицька Н. В. Алгоритм управління розрахунками з дебіторами та кредиторами на підприємствах торгівлі України [Електронний ресурс] // Бізнес-інформ. — 2012. — №4. — С. 140—144.
4. Практические приемы анализа дебиторской задолженности. — [Електронний ресурс] // Корпоративный менеджмент — Режим доступа : http://www.cfin.ru/management/finance/payments/practical_debtanal.shtml

ПІДВИЩЕННЯ НАДІЙНОСТІ ПРОФЕСІЙНИХ УЧАСНИКІВ НА ФОНДОВОМУ РИНКУ УКРАЇНИ

На даний час накопичилось ряд невідкладних питань щодо недобросовісного та неналежного здійснення своєї діяльності деякими професійними учасниками фондового ринку, що негативно впливає на інвестиційний імідж нашої держави серед міжнародних і національних інвесторів. Це перешкоджає формуванню цивілізованого економічного середовища. На сьогоднішній день постає питання щодо підвищення надійності професійних учасників через створення спеціальних компенсаційних фондів, особливо для брокерської діяльності, діяльності з управління активами, щоб захистити від неправомірної втрати коштів найнезахищенішу категорію інвесторів — пересічних громадян, оскільки, для інвестора головною проблемою є повернення коштів, а не те, що буде з правопорушником. Прикладами неправомірної втрати коштів пересічних інвесторів можуть бути: навмисне банкрутство брокерської компанії і вивід коштів за кордон; використання коштів клієнтів на інші цілі, ніж ті, що зазначені інвестиційною декларацією; заманювання клієнтів високими відсотками прибутку, який ніхто і не збирається відпрацьовувати тощо.

Усе це потребує вжиття додаткових заходів стосовно удосконалення механізмів функціонування ринку цінних паперів в Україні відповідно до міжнародних стандартів.

Інфраструктура фондового ринку представлена значною кількістю професійних учасників фондового ринку. Так, на кінець 2013 року діяльність на фондовому ринку України здійснювало 1234 професійних учасники, з них 554 торговців цінними паперами, 319 депозитарних установ, 349 компаній з управління активами, Центральний депозитарій, Розрахунковий центр і 10 фондових бірж [1]. Кількість професійних учасників фондового ринку поступово зменшується, що пов'язано, перш за все, з набуттям чинності Законом України «Про депозитарну систему України» з жовтня 2013 року. У результаті цього перестали існувати такі професійні учасники фондового ринку, як зберігачі цінних паперів, реєстратори власників іменних цінних паперів і депозитарії. Таким чином, з'явилися нові професійні учасники — депозитарні установи, Центральний депозитарій цінних паперів і Розрахунковий центр [2].

Причинами значної кількості професійних учасників фондового ринку є відносно низькі «бар'єри» для отримання відповідної ліцензії. У результаті велика кількість торговців цінними паперами протягом року не здійснюють жодної діяльності, не проводять жодних операцій з цінними паперами. Крім того, значна кількість професійних учасників пов'язана також з недостатнім рівнем державного регулювання, зокрема, відсутністю ефективної системи пруденційного нагляду (достатність капіталу та оцінка інших ризиків) [3].

З метою вдосконалення виконання професійними учасниками фондового ринку (торговців цінних паперів, КУА, ФБ) своїх функцій та оптимізації їх кількості передбачається підвищення вимог до їх створення.

Професійними учасниками фондового ринку мають залишитись лише ті юридичні особи, які є фінансово потужними, надають клієнтам широкий спектр послуг і здатні вчасно та в повному обсязі погасити свої (а також своїх клієнтів) зобов'язання.

Особлива увага наглядового органу повинна приділятися оцінці ризику ліквідності, попередженню можливих наслідків неплатоспроможності, а також зменшенню операційного ризику шляхом впровадження ефективних процедур контролю за проведенням операцій.

З метою запровадження європейських стандартів пруденційного та консолідованого нагляду необхідно [4]:

- переглянути пруденційні нормативи для кожного окремого виду професійної діяльності на фондовому ринку;
- удосконалити процедури взаємодії професійного учасника з НКЦПФР у разі виникнення відхилення від норми;
- створити компенсаційні фонди для брокерської діяльності, діяльності з управління активами. Є два підходи до вирішення даної проблеми: 1-й — це створення загально державного компенсаційного фонду між самими брокерами та КУА; 2-й — це створення такого фонду при кожній фондовій біржі, яка і буде нести фінансову відповідальність за неправомірну діяльність учасників такої біржі.

Джерелом формування таких фондів стануть внески самих професійних учасників залежно від їх розміру і міри використання левериджу (кредитного плеча) їх клієнтами, історією їх бізнес-активності тощо.

Усе це сприятиме підвищенню забезпечення захисту прав інвесторів і відповідному зростанню довіри до професійних учасників фондового ринку України в цілому.

Література

1. Офіційний сайт НКЦПФР: <http://www.nssmc.gov.ua/>
2. Річний звіт НКЦПФР за 2013 р.
3. Стратегія розвитку фондового ринку України до 2015 року [Електронний ресурс]: <http://5fan.info/mernajgeatyujgrna.html>
4. Програма розвитку фондового ринку України на 2015—2017 роки «Європейський вибір — нові можливості для прогресу та зростання» [Електронний ресурс]: http://search.ligazakon.ua/l_doc2.nsf/link1/NT1039.html

Косташ К. А. (кредитно-економічний ф-т, 2 курс)

ДІЯЛЬНІСТЬ ТРАНСНАЦІОНАЛЬНИХ БАНКІВ У СУЧАСНИХ УМОВАХ

Світ дедалі більше зазнає впливу глобалізаційних тенденцій, які все швидше охоплюють більше секторів діяльності людини. Це змушує провідних світових і вітчизняних експертів шукати найкращі стратегії поведінки, зокрема в діяльності банківської сфери, зважаючи всі чинники впливу.

Відтак однією з найпомітніших ознак у світовій економіці останнім часом є активна діяльність транснаціональних банків і підвищення їхньої ролі в процесі консолідації банківського і промислового капіталу.

За класичним визначенням, транснаціональні банки — це великі кредитно-фінансові комплекси, які за підтримки держави, маючи у своїй структурі широку мережу зарубіжних представництв, контролюють валютні та кредитні операції на світовому ринку, виступаючи головними посередниками у міжнародному русі позичкового капіталу.

Відмінними рисами ТНБ є значна питома вага міжнародних операцій банку (понад 50 %), стабільна та висока питома вага доходів від операцій за кордоном у сукупному доході банку, універсальність послуг, наявність широкої мережі закордонних філій, відділень, представництв банку.

На сьогодні ТНБ як міжнародні банківські монополії досягли такого рівня міжнародної концентрації та централізації капіталу, який дає їм змогу брати участь в економічному розподілі світового ринку позичкових капіталів і кредитно-фінансових послуг. Можна виділити дві основних причини таких процесів: пошук банками нових ресурсів для розвитку та диверсифікації структури доходів і прагнення посилити фінансову стабільність.

Щодо взаємовідносин ТНБ з Україною, то тут існують суперечності між інтересами міжнародних корпорацій і національного капіталу та державними інтересами в цілому. Фактор зовнішньої підтримки іноземних дочірніх банків на території України може, зокрема, спричинити такі ризики, як: ризик дефолту вітчизняних банків, валютні ризики, процентні ризики, ризик перекредитування економіки.

Потрібно відмітити, що протягом 2008—2015 років в Україні кількість банків з іноземним капіталом суттєво не збільшилась. Частка іноземного капіталу в статутному капіталі діючих банків досягши свого піку — 41,9 % (01.01.2012) хоч і поступово спадає, але досі становить третину банківської діяльності підпорядкованої контролю транснаціональних банків — 32,3 % [1].

Динамічність розвитку ТНБ пояснюється, перш за все, бажанням володіти якомога більшою кількістю капіталу і тим самим підвищуючи власну позицію до провідної на ринку конкурентних переваг.

Порівнюючи банки України з транснаціональними банками світу варто сказати, що у 2014 році лідером серед банків за обсягом активів став китайський банк Industrial & Commercial Bank of China Limited з результатом в 3124474 млрд дол. [2]. Водночас сукупні активи банківської сфери України склали 131591 млрд грн станом на 01.04.2014 згідно даних національного рейтингового агентства «Рюрік». Тобто, сукупні банківські активи нашої країни відповідають 0,42 % активів найбільшого банку світу Industrial & Commercial Bank of China Limited. Це свідчить про незначну вагу банківської системи України на світовому фінансовому ринку, пасивну позицію українських банків щодо участі у процесах глобалізації банківської діяльності та вимагає впровадження спеціальних заходів з реформування вітчизняного банківського сектору. Таким чином, економічна система будь-якої держави, незважаючи на її рівень розвитку, не в змозі протидіяти глобалізаційним та інтеграційним процесам.

Вважаючи на цей факт, у країнах кардинально змінилися функції національних банківських систем, які фактично перетворилися на периферійні підсистеми глобальних банківських структур. У Естонії, Литві, Румунії банки, опинившись під контролем іноземного капіталу, взагалі відмовилися від проведення суверенної монетарної політики та запровадили системи монетарного устрою. Враховуючи ці тенденції, Україні необхідно розробити власну стратегію розвитку банківської системи з урахуванням постійного наростання впливу іноземного капіталу.

Отже, ТНБ в умовах глобалізації залишаються основними гравцями на фінансовому ринку, вони продовжують регулювати інвестиційні потоки у міжнародному економічному просторі та забезпечувати безперервність відтворювальних процесів. До того ж ТНБ суттєво впливають на стан і розвиток національних банківських систем. У зв'язку з цим Україні необхідно скористатись саме позитивами як присутності іноземного капіталу у вітчизняній банківській системі, так і участі, хоча поки що не суттєвої, українських банків у міжнародних банківських об'єднаннях.

Тож основними рекомендаціями зміцнення вітчизняного банківського сектору є: укрупнення вітчизняних банківських установ шляхом злиттів і поглинань, підвищення рівня їх капіталізації; сприяння розвитку фінансового-промислових груп і реального сектору економіки за участю національних банків; участь банків у міжнародних банківських консорціумах, створення альянсів з ТНБ; переорієнтація діяльності банків на міжнародний бізнес, вихід банків на міжнародні фінансові ринки; збереження державних банків на ринку банківських послуг, завданням яких має стати фінансування пріоритетних державних проєктів; посилення контролю за діяльністю банків.

Література

1. Федірко В. Банківська система України в умовах глобалізації світової економіки [Електронний ресурс] —

http://papers.univ.kiev.ua/ekonomika/articles/Banking_system_of_Ukraine_in_the_globalization_of_world_economy_18800.pdf

2. Кугуєнко Ж. С. Аналіз розвитку міжнародних банків в Центральній та Східній Європі [Електронний ресурс] — <http://www.economy.nayka.com.ua/?op=1&z=2934>

3. НБУ [Електронний ресурс] — <http://www.bank.gov.ua>

4. Національне рейтингове агентство «Рюрік» [Електронний ресурс] — http://rurik.com.ua/documents/research/bank_system_I_kv_2014.pdf

Косташ К. А., Бричка С. М. (кредитно-економічний ф-т, II курс)

ПРОБЛЕМИ НЕДОБРОСОВІСНОЇ КОНКУРЕНЦІЇ НА СВІТОВОМУ РИНКУ АВІАПЕРЕВЕЗЕНЬ

Безпечні, швидкі та доступні авіаперельоти — спільне бажання кожного пасажера. Щоб його досягти, для авіакомпаній створюється законодавче підґрунтя аби вільно конкурувати один з одним. Тим

не менш, з часом з'являється поняття «несправедливості» на ринку — недобросовісної конкуренції. Саме тому все більше і більше авіакомпаній шукають конкурентні переваги за рахунок ринкових спотворень практики ведення бізнесу, такі як соціальний демпінг і «forum shopping». Це, в свою чергу, чинить тиск на інші компанії, які теж починають використовувати подібні методи для захисту своєї частки ринку. Крім того, іноземні перевізники, що субсидіюються в значній мірі або є державними, не приховують свого бажання до розширення власної мережі та збільшення підключень через свої регіональні центри.

Щоб змінити цю тенденцію, необхідно вжити ряд певних заходів. Державні та галузеві керівники з прийняття рішень повинні об'єднати зусилля, щоб гарантувати конкуренцію на рівних умовах, аналіз наукових джерел дозволяє виділити такі проблеми конкуренції в авіа-бізнесі (табл. 1).

Таблиця 1

«СВІТОВИЙ ДОСВІД ПРОБЛЕМ КОНКУРЕНЦІЙ В АВІА БІЗНЕСІ»*

Проблема 1: Західні «бізнес-схеми»	
Причина: «гонки галузі», щоб скоротити витрати у відповідь на зростаючу конкуренцію вигадують бізнес-схеми на межі легальності.	Приклади: 1. Flag of convenience — авіакомпанії доволіно переміщують свій бізнес у зручні для їх юридичної реєстрації країни. Основна мета полягає в тому, щоб уникнути стягнення податку на прибуток і соціальних внесків за своїх працівників (перед авіаційною ця схема використовувалась у морському транспорті, що спричинило практично зникнення цієї галузі з Європи і США). Найбільш яскравим сучасним прикладом в авіації є Norwegian Air Shuttle. У спробі обійти високі соціальні і трудові стандарти Норвегії дана авіакомпанія вирішила перевести свої дальні операції з Норвегії в Ірландію. 2. Фіктивні контракти / самозайнятість пілотів — наприклад, коли послужливі пілоти створюють власну компанію з обмеженою відповідальністю, що пропонує власні послуги від агентств авіакомпаніям. 3. Практика Pay to Fly — P2F — згідно неї пілоти-початківці повинні платити авіакомпанії за здобування досвіду літаючи на літаку
Проблема 2: Нагляд, примус та «forum shopping»	
Поняття: Сучасна система нагляду: кожний національний орган влади контролює перевізників, що зареєстровані на їхній економічній території — недостатньо ефективна	Недоліки спричиняють: 1. Дозволяє використання найзручнішого законодавства — «forum shopping» 2. Важкість контролю за транснаціональними корпораціями (оскільки згідно існуючої системи уряд кожної країни не контролює компанію цілком, а лише її частину, що знаходиться на економічній території окремої країни) та «віртуальними» корпораціями (такі, що продають авіаційні квитки, але не мають власних основних засобів, використовуваних для авіаційного перевезення пасажирів)

Проблема 3: Зміщення міжнародних транспортних вузлів поза межі Європи	
Поняття: Викривлення конкуренції авіаперевізниками поза межами Європи (авіалінії Азії та Середнього Сходу)	Причинно-наслідковий зв'язок: Держава, в особі певних органів або ж маючи безпосередні права власності на авіакомпанію, є її спонсором і забезпечує широкі можливості стрімкого розвитку. Так наприклад, власниками «великої трійки» Середнього сходу є: «Qatar airlines» — 100 %-им власником є сама середньоазійська країна Катар у особі Катарського інвестиційного фонду; «Etihad airlines» — 100 %-им власником є емірат Абу-Дабі; «Emirates airlines» — уряд Дубаю. Так як проведення їхньої підприємницької діяльності не відповідає принципам прозорості, тому можна дуже легко зрозуміти небезпеку для конкуруючих компаній. Також слабе законодавство цих країн у галузі охорони праці та соціальних стандартів працевлаштування дає ще одну конкурентну перевагу цим країнам — робоча сила сумнівних навичок, проте набагато дешевша за кваліфікованих працівників

* Деталізовано авторами на основі [1—3, 5].

Таким чином, деякі уряди за межами ЄС прийняли зважене рішення — підтримати власну авіаційну промисловість. Зробити це дуже важливо, адже вони розглядають її як стратегічний сектор і двигун для зростання національної економіки.

Важливо відзначити, що держави-члени ЄС відіграють важливу роль для забезпечення рівних умов. Вони повинні гарантувати, що стратегічні елементи їх господарювання (наприклад, інфраструктура аеропортів, володіння авіакомпаніями і доступ на ринок) не знівелюються протягом договірного процесу простих авіатransпортних угод, а також торгово-партнерських міжгалузевих угод з іноземними компаніями та урядами.

Для забезпечення довгостроково-сталого майбутнього авіації Європи, заснованої на рівних умовах справедливої конкуренції, терміново необхідними є кілька конкретних кроків.

1. Європа повинна краще координувати і зміцнювати своє соціальне регулювання по всій території для вирішення непередбачених наслідків лібералізації. Активізація зусиль з викорінення підробленої самозайнятості та практики соціального демпінгу має стати ключовим пріоритетом на заході:

- члени льотних екіпажів повинні бути безпосередньо зайнятим в авіакомпанії, що має свідоцтво Повітряного оператора, а застосування договорів нульової години заборонене;

- податки і правила соціального забезпечення та їх координоване стягнення через кордони, у тому числі захист тих, хто здійснює розкриття інформації («Інформатори»), повинні бути посилені;

- впровадження поняття домашньої бази дислокації екіпажу (це допоможе зупинити використання штучних або фіктивних баз дислокації авіакомпаній, а також дозволить уточнити і прояснити чинне законодавство з приводу соціальних прав і стандартів, застосованих до членів екіпажу та трудових договорів.

2. Недобросовісні бізнес-моделі, мисливство на субсидії та управління «forum shopping» повинно бути ліквідоване.

Найважливіші правила в цій області викладені в Положенні 1008/2008 Європейської комісії з регулювання. Можливим і потрібним рішенням є перегляд цього положення і зміцнення визначення «основного місця діяльності», яке в даний час є занадто довільним. Авіакомпанія має бути зареєстрована тільки в державі-члені ЄС, де вона має значну кількість авіапольотів, а також є не тільки розпорядчим чи адміністративним центром.

Вказані рішення допоможуть дати початковий поштовх створення рівних умов в галузі авіації. Але вони в своїй основі є лише першим кроком. Дії, що будуть необхідні в майбутньому, засновані на довгостроковій стратегічній перспективі для авіації як ключового активу Європи.

Література

1. Pilots confronting Norwegian Air International's rights' avoidance scheme/ECA Press Release, Feb 2014. — [Електронний ресурс]. — Режим доступу : <https://www.eurocockpit.be/stories/20140205/pilots-confronting-norwegian-airinternational-s-rights-avoidance-scheme>.

2. Feeling the heat/The Economist, Mar 2015. — [Електронний ресурс]. — Режим доступу : <http://www.economist.com/blogs/gulliver/2015/03/airlinesubsidies-gulf>.

3. U.S. and European Transport Unions Meet in Washington, Continue Push to Deny NAI/PRnewswire, Nov 2014. — [Електронний ресурс]. — Режим доступу : <http://www.flightglobal.com/news/articles/gulf-airlines-attack-europeanprotectionism -406308/>.

4. Report on Social Dumping & Rule shopping in aviation/Danish Transport Authority, March 2015. — [Електронний ресурс]. — Режим доступу : https://www.eurocockpit.be/sites/default/files/social_dumping_rapport_om_social_dumping_indenfor_luftfart_engelsk_version_2.pdf.

5. Restoring Open Skies: the need to address subsidized competition from state-owned airlines/Whitepaper Partnership for Open & Fair Skies, January 2015 — [Електронний ресурс]. — Режим доступу : https://www.eurocockpit.be/sites/default/files/restoring_open_skies_whitepaper_153.pdf.

МІЖНАРОДНА СИСТЕМА SWIFT: ІСТОРІЯ ВИНИКНЕННЯ ТА ПРИНЦИПИ ПОБУДОВИ

Постановка проблеми. Функціонування сучасного банку неможливе без автоматизації всіх напрямів своєї діяльності. Системи, що традиційно використовуються для обміну фінансовими документами, мають ряд недоліків і не можуть у повній мірі задовольнити всі вимоги. За вирішення цих завдань взялася компанія S.W.I.F.T. На сьогодні найбільшою і найпоширенішою в світі мережею фінансових повідомлень є мережа SWIFT.

Аналіз останніх досліджень і публікацій. Проблематика діяльності міжнародних банківських мереж висвітлена в працях таких вчених: Аранчій В. І. [1], Некрасенко Л. А. [1], Пістунова І. М. [3], Борщ Т. В. [3], Кошкіна В. К. [4], Фаріонові Т. А. [4], Шнайдера О. Б. [4], та інших.

Проте не всі проблеми, пов'язані з використання міжнародних електронних мереж, досліджені в повній мірі, а деякі питання щодо використання міжбанківських розрахунків SWIFT потребують уточнення.

Виклад основних результатів дослідження. Сьогодні S.W.I.F.T. (Society for World-Wide Interbank Financial Telecommunications) є провідною міжнародною організацією у сфері фінансових телекомунікацій, що забезпечує оперативну, безпечну і абсолютно надійну передачу фінансових повідомлень по всьому світу. Історія SWIFT веде свій відлік з офісу площею 40 кв. м, відкритого в центрі Брюсселя 1973 року. Зараз — це корпоративне товариство зі штаб-квартирою в Брюсселі (Бельгія).

Члени товариства водночас виступають власниками акцій. Акції розміщуються з урахуванням обсягу операцій, які здійснюються банком через мережу SWIFT. Чим більше повідомлень відправляє банк, тим більшу кількість акцій розподіляє йому Правління товариства [3, с. 123].

Мета товариства — забезпечення переваг для всіх його членів через вивчення, створення, використання і експлуатацію засобів, необхідних для швидкої й безпечної передачі по мережах телекомунікацій платіжних доручень як основи руху коштів на рахунках, а також банківських повідомлень будь-якого виду [4, с. 49].

SWIFT сьогодні:

- SWIFT об'єднує близько 10000 користувачів (кредитних і фінансових організацій), розташованих у 216 країнах світу. Всі

вони, незалежно від їх географічного положення, мають можливість цілодобової взаємодії один з одним 365 днів у році [2];

- зараз по мережі SWIFT щодня передається понад 20 млн фінансових повідомлень сумарною вартістю понад 8 трлн дол. США;
- на базі SWIFT побудовано більше 50 національних платіжних систем, крім цього SWIFT є основою розрахункової системи Асоціації європейських банків і європейської системи TARGET;
- в Україні користувачами системи є 131 фінансова установа.

Керівним органом є Рада Асоціації, яка обирається в кількості 9 осіб та очолюється Головою Ради. Сьогодні посаду Голови Української Національної групи членів і користувачів SWIFT займає Франкевич Ігор Євгенович [2].

Також SWIFT пропонує членам і користувачам своєї системи пакет унікальних переваг: підвищення ефективності роботи банків за рахунок використання стандартизації і сучасних способів передачі інформації; надійність при передачі повідомлень, яка забезпечується побудовою мережі, спеціальним порядком передачі й прийому повідомлень, їх кодуванням; скорочення операційних витрат порівняно з телексом зв'язком. Наприклад, вартість одного стандартного повідомлення (до 325 символів) не залежить від відстані; зручний прямий доступ банків-членів SWIFT до своїх кореспондентів, відділень і філій у всьому світі. Повідомлення досягає свого адресата значно швидше, ніж телексом, за рахунок скорочення проміжних станів у мережі.

На сучасному етапі в стандарті SWIFT використовується 11 категорій, які охоплюють понад 130 типів повідомлень, кожне з яких побудоване таким чином, щоб урахувати вимоги кожної банківської операції

Існують три основних системних повідомлення: LOG-IN/OUT (системне повідомлення для входу/виходу в систему), RETRIEVAL (за цим запитанням система надсилає копію повідомлення, яке зберігається), REPORTS (дає змогу одержати різні види рахунків) [3, с. 133].

Високий рівень безпеки досягається такими процедурами: присвоюванням кожному повідомленню вхідного і вихідного номерів і контролем з боку SWIFT за дотриманням порядку нумерації; шифруванням тексту повідомлення за допомогою спеціальних криптографічних пристроїв; системою звітів, які надаються системою користувачеві з певною періодичністю; завірянням повідомлень за допомогою ключів автентифікації.

Висновки. SWIFT — кооперативне товариство, створене за бельгійським законодавством і належить його членам і займає панівне становище на ринку.

Кожен банк, який підключено до системи, має свій унікальний SWIFT-код. Теоретично для здійснення платежу в Європі достатньо знати SWIFT-код банку та IBAN-код отримувача.

SWIFT була побудована на основі принципів кооперативного партнерства і передбачає використання власної інфраструктури для проведення операцій. Тож учасники системи отримали у своє розпорядження універсальний інструмент, який дає змогу оперативно обмінюватися між собою інформацією.

Література

1. Аранчій В. І., Некрасенко Л. А., Зоря О. П., Макаренко Ю. П., Аранчій Д. С. Інформаційні системи і технології у фінансах Навч. посібник [Аранчій В. І., Некрасенко Л. А., Зоря О. П. та ін] — Полтава: РВВ ПДАА, 2009. — 400 с.

2. Асоціація УкрСВІФТ [Електронний ресурс] // Офіційний сайт Асоціації УкрСВІФТ. — Режим доступу: <http://www.ukrswift.org/>

3. Інформаційні системи в фінансово-кредитних установах: Навчальний посібник / І. М. Пістунов, Т. В. Борщ. — Дніпропетровськ: ДВНЗ «НГУ», 2011. — 218 с.

4. Кошкін В. К., Фаріонова Т. А., Шнайдер О. Б. Інформаційні системи і технології у діяльності НБУ. Міжнародна електронна мережа міждержавних розрахунків: Методичні вказівки. — Миколаїв: НУК, 2007. — 80 с.

Кундеревич Н. М. (фінансово-економічний ф-т, IV курс)

СТРАХУВАННЯ ЖИТТЯ: «ТОЧКА НЕПОВЕРНЕННЯ»

Ринок страхування життя є потужним джерелом інвестиційних ресурсів економіки багатьох країн світу. Для економіки України важливим є аналіз закономірностей його розвитку в умовах глобалізації фінансових ринків з метою розробки ефективної стратегії і тактики державної політики, спрямованої на зростання конкуренції.

Кожен процес має свою кульмінацію, що і є так званою «точкою неповернення», коли вже немає шляху назад. Суспільні трансформації не є виключенням.

Актуальність теми дослідження полягає у настанні гострої необхідності реформ для суспільства і економіки в цілому, що мо-

жна забезпечити завдяки все більшій охопленості населення послугами страхування життя.

Страхування життя — вид особистого страхування, який передбачає обов'язок страховика здійснити страхову виплату згідно з договором страхування у разі смерті застрахованої особи, а також, якщо це передбачено договором страхування, у разі дожиття застрахованої особи до закінчення строку дії договору страхування та (або) досягнення застрахованою особою визначеного договором віку. Умови договору страхування життя можуть також передбачати обов'язок страховика здійснити страхову виплату у разі нещасного випадку, що стався із застрахованою особою, та (або) хвороби застрахованої особи. У разі, якщо при настанні страхового випадку передбачено регулярні послідовні довічні страхові виплати (страхування довічної пенсії), обов'язковим є передбачення у договорі страхування ризику смерті застрахованої особи протягом періоду між початком дії договору страхування та першою страховою виплатою з числа довічних страхових виплат [1].

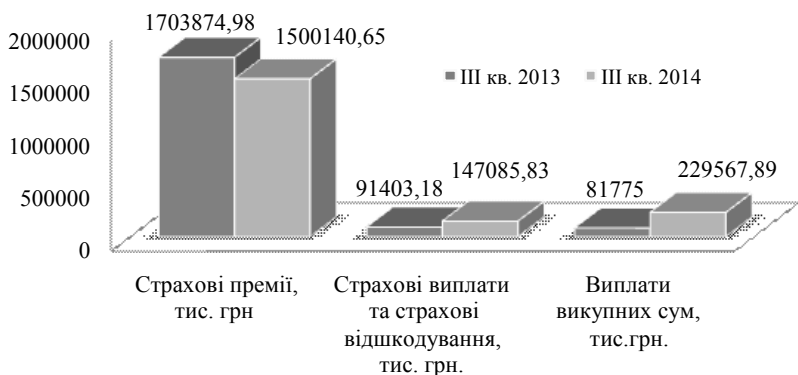


Рис. 1. Останні тенденції ринку страхування життя — «точка неповернення»

Аналіз динаміки кількісних показників ринку страхування життя в Україні показував позитивні тенденції до 2014 р. Станом на кінець 2013 року в Україні було 407 страхових компаній, з яких 62 Life-СК, які акумулювали майже 2477 млн грн і виплатили понад 149 млн грн [2].

Проте останні тенденції, зображені на рис. 1, показують нам переломний характер, що може бути чудовою можливістю для

страхування життя в Україні, оскільки суспільство довело, що готове до змін. Зараз Life-СК не мають права на помилку, їм необхідно використати дану ситуацію для запровадження масового страхування життя, або в іншому випадку може бути занепад страхування життя в Україні.

Проблемами розвитку ринку страхування життя є недосконала нормативно-правова база, низький попит фізичних і юридичних осіб, відсутність надійних інвестиційних програм, а також реальних фінансових механізмів для довгострокового розміщення страхових резервів, недостатня ефективність стратегічного менеджменту страхових компаній, значна інформаційна закритість діяльності страхових компаній, недосконалі фінансова звітність і методи опрацювання інформаційних даних, низький рівень диверсифікації послуг, незадовільний стан обслуговування населення і низька технологічність здійснення страхових операцій, але більшість провідних компаній прикладають значних зусиль для подолання цих проблем і мають значні успіхи.

Лідуючі позиції на ринку за обсягом акумульованих премій посідають «UNIQA Life», «MetLife Ukraine», «Ренесанс Життя», «ТАС», «АСКА Життя», «PZU Ukraine Life» і «AEGON Life Ukraine», які мають широкий асортимент страхових послуг, незважаючи на досить високу монополізацію ринку. Наприклад, «UNIQA Life» пропонує своїм клієнтам накопичувальне (класичне) страхування життя, страхування життя на користь дитини, додаткове страхування, страхування на випадок передчасного відходу з життя і накопичувальне страхування життя. Страхова компанія «PZU Україна Страхування життя» пропонує широку низку програм зі страхування життя, які в залежності від їхнього призначення поділяються на три основні види, які в змозі захистити будь-яку людину від прикрих несподіванок долі: накопичувальне, пенсійне та ризикове.

У структурі надходжень валових страхових платежів за 2014 рік переважають внески, що надійшли від фізичних осіб 2 040,4 млн грн (або 94,5 %), і юридичних осіб — 119,4 млн грн (або 5,5 %), що зумовлено особистим характером послуг. Протягом 2014 року договори укладено з 1 285 243 фізичних осіб, що на 27,5 % менше проти відповідного періоду 2013 року (за 2013 рік — 1 771 662 договорів), що зумовлено нестабільною економічною і політичною ситуацією в країні [2].

Як бачимо з викладеного, страхування життя є одним з центральних видів страхування, має велике соціально-політичне значення, поєднує в собі можливість одержати страховий захист не тільки від існуючих ризиків, а й заощадити кошти. Отже, майбу-

тне ринку страхування життя залежить від його інновацій, злагодженої співпраці страховиків, страхувальників і держави.

Література

1. Про страхування: Закон України від 4 жовтня 2001 року № 406-VII [Електронний ресурс]. — Режим доступу: <http://zakon4.rada.gov.ua>.
2. Офіційний портал Національної комісії, що здійснює державне регулювання в сфері ринків фінансових послуг — Режим доступу: <http://nfp.gov.ua>.

Курносова Р. І., (ф-т фінансовий, 1 курс)

МАТЕМАТИЧНА МОДЕЛЬ РОЗВИТКУ ПІДПРИЄМСТВА НА ПРИКЛАДІ ООО «БІЛОЦЕРКІВСЬКИЙ МОЛОЧНИЙ КОМБІНАТ»

Слово «модель» походить від латинського «modulus», що означає міра, мірило, зразок, норма.

Моделювання полягає в заміні об'єкта, що нас цікавить, моделлю з метою дістати інформацію про цей об'єкт, виконуючи експерименти з його моделлю. Задача моделювання — за властивостями моделі зробити висновки про властивості об'єктів.

Моделі вибираються таким чином, щоб вони були значно простіші для дослідження, ніж об'єкти. Більшість економічних об'єктів та систем взагалі не вдається досліджувати суто експериментально.

Моделі дають можливість керувати економічними процесами, прогнозувати їх.

Розроблено економіко-математичну модель розвитку підприємства. Об'єктом дослідження обрано Білоцерківський молочний комбінат (БМК).

Білоцерківський молочний комбінат (БМК) — один із найсучасніших у Східній Європі та перший в Україні завод з випуску продукції з незбираного молока. Підприємство відіграє ключову роль у харчовій промисловості України, має значний потенціал і перспективи на міжнародній арені.

Маємо такі дані щодо діяльності БМК:

- перший пуск — 2008 р.;
- початкова потужність виробництва молочної продукції — 60 тис. т за рік;
- дохід (2009—2014) — 450 млн \$;
- інвестиції в будівництво — 32 млн \$;
- інвестиції в розвиток (2009—2014) — 6,2 млн \$;

• позиція на східноєвропейському ринку по підсумках 2014 року — № 8.

Відомо, що якість продукції повністю задовольняє європейським стандартам. А для того, щоб стати лідером на ринку, необхідно збільшити виробництво від 60 тис. т за рік до 200 тис. т за рік. Відповідно необхідно спрогнозувати розвиток підприємства — зростання виробництва, з врахуванням вкладених інвестицій.

Побудуємо математичну модель динаміки випуску продукції БМК.

Нехай $y(t)$ — функція об'єму продукції, виробленої за рік t ;

p — ціна продукції.

Тоді дохід комбінату в рік t — $Y(t) = py(t)$ (1.1)

$I(t)$ — інвестиції, що вкладені в розвиток виробництва за рік t .

Для спрощення будемо вважати, що інвестиційний лаг дорівнює 0, тобто інвестиції відразу впливають на зростання виробництва і нехай ця залежність є лінійно.

$$y'(t) = lI(t), \quad (1.2)$$

l — норма акселерації.

Будемо вважати, що інвестиції складають фіксовану частину доходу, тобто

$$I(t) = mY(t), \quad (1.3)$$

де m — норма інвестицій. Підставимо (1.3), (1.1) в (1.2)

$$y'(t) = lmY(t) = lmpy(t).$$

Будемо вважати, що норма акселерації і норма інвестицій — постійні величини.

$$l = 0,5,$$

$$m = \text{інвестиції} : \text{дохід} = 38,2 : 450 = 0,084.$$

$$\text{Нехай } ml = k = 0,042.$$

Можемо вважати, що ціна $p = \text{const}$, але це справедливо для невеликих часових інтервалів. Для великих часових інтервалів ціна продукції падає зі зростанням її об'ємів, як результат насиченості ринку, тому ціна — це функція від виробництва $p = p(y)$.

Для нашої моделі покладемо, що $p(y) = 2 - y$ (чим більше y , тим менше p).

Наша модель приймає вигляд: $y'(t) = k(2 - y(t))y(t)$.

Початкова умова при $t = 0$ (2008 р) $y(0) = 0,6$

Це нелінійне диференціальне рівняння. Розв'язуючи його, ми визначимо функцію виробництва залежно від часу.

Розв'язок: $y = \frac{2}{2.33 \cdot e^{-2kt} + 1}$, де коефіцієнт k заданий.

Очевидно, що при інвестиціях, які є фіксованою частиною доходу, для того, щоб збільшити виробництво до 100 тис. т на рік знадобиться 11 років. А щоб збільшити виробництво до 200 тис. т за рік знадобиться 74 роки.

За допомогою створеної економіко-математичної моделі можна розрахувати норму інвестицій для швидшого зростання виробництва підприємства.

Отже, таким чином побудовано економіко-математичну модель. Звичайно, ця модель є спрощеною. Але за допомогою неї розкрито сутність моделювання, обґрунтовано на прикладі діяльності БМК, що використання моделей допомагає спрогнозувати результати діяльності підприємства на значному проміжку часу й таким чином може допомогти вдосконалити його роботу. Це стосується не тільки діяльності підприємств, а й інших економічних процесів, тому математичні моделі широко використовуються в економіці.

Література

1. Жданов С. А. Экономические модели и методы в управлении. — Изд-во «Дело и Сервис», 1998. — 176 с.
2. Кугаенко А. А. Основы теории и практики динамического моделирования социально-экономических объектов и прогнозирование их развития. — Изд-во «Финансы и Статистика», 2001. — 236 с.

Кучерявец І. В. (фінансово-економічний ф-т, ІІ курс)

WHO BEARS A TAX BURDEN IN UKRAINE?

Today, taxation is a part of social life and is seen as economic and political phenomenon, as taxes are charged by public authorities on businesses' and individuals' incomes and used to promote strong and sustainable economic growth of the country and reduce poverty. In current circumstances the impact of tax policy on the Ukraine's

economy has gained prominence as government has stepped in to support financial system and mitigate the effects of crisis.

Taxes affect the level and structure of aggregate demand through contributing to the expansion of production in certain sectors and hindering it.

Thus, tax policy can also perform important instrumental function in influencing behavior of businesses and facilitating their development. Its tools are diverse and influence through different types of taxes, tax rates, benefits and discounts.

Ukrainian government now is under severe pressure to fund its spending programs and the need to generate higher tax revenues in view of reducing budget deficits. As output slows or falls during downturn, the amount of taxes collected declines. Also, social spendings rise dramatically due to increase in unemployment rate (+0.9 % for June — December 2014 [7]).

Tax regulations in Ukraine's economy are assigned to the tax legislation, which includes the Tax Code of Ukraine and other laws and regulations in field of taxation.

It should be mentioned that the tax laws in Ukraine have been changing rapidly. Recently, several new laws have introduced significant amendments to the Ukrainian Tax Code.

On 28 December 2014 Parliament passed several laws that included significant changes in the rules relating to tax:

1. Law of Ukraine «On Amendments to the Tax Code of Ukraine and Certain Legislative Acts of Ukraine Regarding Tax Reform» No 71-VIII, dated 28 December 2014;

2. Law of Ukraine «On Amendments to the Tax Code of Ukraine Regarding Improving of Tax Control Over the Transfer Pricing» No 72-VIII, dated 28 December 2014; and

3. Law of Ukraine «On Amendments to the Certain Legislative Acts of Ukraine Regarding Reformation of Compulsory State Social Insurance and Legalization of Payroll» No 77-VIII, dated 28 December 2014 (one and all «Laws»).[6]

Laws were published during 30—31 December 2014 and came into force January 1, 2015.

It should be noted that the number of taxes was reduced from 22 to 11 (including 2 local duties). In fact, few taxes were actually eliminated, while other taxes were renamed and regrouped under new headings.

The following amendments are designed to:

- (1) simplify Ukrainian tax administration to ease the conditions of doing business in Ukraine and improve the country's investment climate;

(2) raise revenue to finance government expenses (+40 billion hryvnias per year).

Thus, these measures could have both positive and negative impacts on Ukrainian taxpayers.

The negative aspects can be represented with the index of economic freedom of Ukraine.

According to that index the target (2) of implemented amendments was not reached since fiscal (79.1 in 2014 to 78.7 in 2015), business (59.8 in 2014 to 59.3 in 2015) and investment (20.0 in 2014 to 15.0 in 2015) freedom has fallen.

As far as the target (1) is concerned it should be mentioned that Ukraine has made paying taxes easier for companies by introducing an electronic system for filling and paying labor taxes.

Globally, Ukraine now stands at 108 in the ranking of 189 economies on the ease of paying taxes, comparator economies rank on the ease of paying taxes this way: Kazakhstan (rank 17), Russian Federation (rank 49), Belarus (rank 60), Poland (rank 87).

Focusing on the «ultimate economic burden» (or «tax burden») measuring the changes in people's after-tax incomes after all the economic adjustments to the tax have occurred across all affected markets as consumption behavior, resource use, and incomes shift to their new patterns many analysts claim tax burden to become higher.

With total tax rate of 52.9 of profit the labor tax total tax rate is 43.1 %, so the tax burden of the country is shifted to labor. The jobs have become very expensive in our country now.

A high level of labor taxation may have detrimental effects on employment. These effects may be particularly negative for certain groups such as low skilled/low earners and second-earners because the labor demand and supply of these groups are generally more elastic.

All this may lead to the increase in unemployment or cause negative effect on incentives to work for low-income earners.

Excessive and uneven tax burden leads to a decrease in the level of country's economic activity. Reducing the tax burden can benefit economy as real incomes, household saving, effective demand increase to stimulate growth in the country.

The amount of tax burden influences the behavior of economic agents inversely as level of their economic activity rises due to the decrease in burden. High tax burden leads to a decrease in the total level of country's economic activity.

References

1. *Абрамова С. М.* Податкове навантаження та методи його оцінювання / С.М. Абрамова // Electronic resource. Access: <http://dspace.uabs.edu.ua/jspui/bitstream/123456789/3426/1/Thesis%20Abramova%20SM.pdf>
2. Ведение бизнеса 2015. Докладная записка: Европа и Центральная Азия. Page 12 // Electronic resource. Access: <http://russian.doingbusiness.org/~media/GIAWB/Doing%20Business/Documents/Fact-Sheets/DB15/DB15ECAFactSheetRussian.pdf>
3. Doing business 2015. Economy profile 2015. Ukraine. Page 68-71. // Electronic resource. Access: <http://russian.doingbusiness.org/data/ explore-economies/ukraine/~media/giawb/doing%20business/documents/profiles/country/UKR.pdf>
4. *Gmirya V.* Role of taxes under support economic development Ukraine / Viktoria Gmirya // Electronic resource. Access: <http://fp.cibs.ck.ua/files/1404/ref/14gvprpv.pdf>
5. Index of economic freedom. // Electronic resource. Access: <http://www.heritage.org/index/explore?view=by-region-country-year>
6. *Martinenko O.* Ukrainian Tax Reform Overview. / Olexander Martinenko, Mariana Rybii // Electronic resource. Access: http://www.eba.com.ua/static/members_reviews/CMS_Ukrainian_Tax_Reform_Overview_16022015.pdf
7. Ринок праці. // Electronic resource. Access: <http://www.ukrstat.gov.ua/>
8. Ukraine. // Electronic resource. Access: <http://www.heritage.org/index/pdf/2015/countries/ukraine.pdf>
9. *Stephen J. Entin.* Tax incidence, tax burden, and tax shifting: who really pays the tax? / Stephen J. Entin // Electronic resource. Access: <http://facweb.northseattle.edu/dperry/econ102/week04/Heritage%20Foundation%20Tax%20Incidence.pdf>

Лилак Д., Кеніз О. (ФЕФ, 4 курс)

ДЕРЖАВНО-ПРИВАТНЕ ПАРТНЕРСТВО: ФІСКАЛЬНЕ РЕГУЛЮВАННЯ ТА ЕКОНОМІЧНІ ЕФЕКТИ

Державно-приватне партнерство (ДПП) — це сучасний механізм залучення інвестиційних коштів у розвиток галузей, які традиційно відносяться до державного сектору. Актуальність такого співробітництва передусім пов'язана з обмеженими можливостями місцевих бюджетів у питаннях фінансування інфраструктури загального користування та надання пов'язаних послуг. Завданням партнерства є досягнення економічних ефектів на засадах взаємної вигоди та позитивного впливу на економіку в цілому.

Учасниками партнерства є держава, АРК, територіальні громади та юридичні особи, крім державних і комунальних підприємств, або фізичні особи-підприємці.

Науковці виділяють наступні переваги та недоліки ДПП (рис. 1 і 2).



Рис. 1. Переваги ДПП

На даний час в Україні ДПП характеризується низкою недоліків, що перешкоджають стабільному розвитку такої співпраці в нашій державі.

Основними з них є:

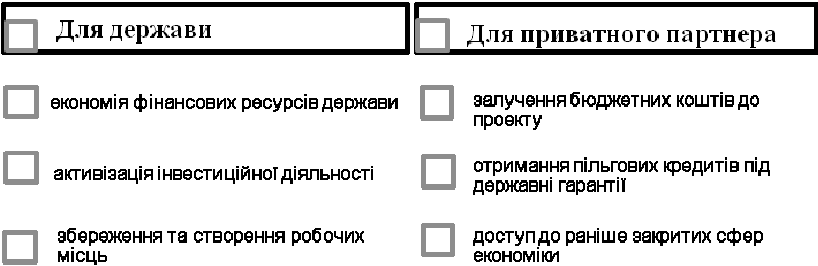


Рис. 2. Недоліки ДПП

Дослідження функціонування партнерства показало, що для забезпечення його оптимального рівня необхідно визначити критерії ефективності такої співпраці. Доповнюючи існуючу «Методику проведення аналізу ефективності здійснення ДПП», ми пропонуємо такі критерії (табл. 1).

Таблиця 1

КРИТЕРІЇ ОЦІНКИ ЕФЕКТИВНОСТІ ДПП

№	Критерій	Формула	Опис
1	Коефіцієнт залучення інструменту ДПП у виконання державою своїх функцій	$\frac{\frac{\sum O}{B}}{\frac{AO}{AB}}$	Поділивши частку суми обсягів фінансування ДПП за <i>i</i> -тий рік (<i>O</i>) і видатків зведеного бюджету (<i>B</i>) на частку середнього обсягу фінансування ДПП по обраним країнам (<i>AO</i>) і середнього зведеного бюджету цих країн (<i>AB</i>), отримаємо даний показник, який показує на скільки проект сприяє реалізації виконання державою своїх функцій
2	Коефіцієнт ефективності державної участі у ДПП	$\frac{\frac{I}{D}}{\frac{AI}{AD}}$	Поділивши частку обсягу державної участі у ДПП та обсягу ДПП(<i>D</i>) на частку середнього обсягу державної участі у ДПП обраних країн (<i>AI</i>) та середнього обсягу ДПП по цим країнам (<i>AD</i>), отримаємо показник ефективності участі держави у ДПП, і чим ближче до 0, тим вищий рівень ефективності участі держави у ДПП
3	Коефіцієнт участі приватного сектору у фінансуванні частки державних видатків, які держава не здатна покрити	$\frac{n.3.2}{n.3.3}$	Поділивши коефіцієнт пункту 3.2 на коефіцієнт пункту 3.3 отримаємо показник участі приватного сектору у фінансуванні частки державних видатків, які держава не здатна покрити
3.1	Фактична потреба у видатках (<i>F</i>)	$R - P$	Віднявши від загального обсягу потреби держави у видатках для фінансування законодавчо необхідних (нормативних) обсягів видатків (<i>R</i>) передбачен фактично видатки бюджету (<i>P</i>) отримаємо фактичну потребу у видатках
3.2	Відношення участі приватного сектору у ДПП до видатків зведеного бюджету	$\frac{U}{B}$	Відношення участі приватного сектору у ДПП (<i>U</i>) до видатків зведеного бюджету (<i>B</i>)
3.3	Відношення фактичної потреби у видатках зведеного бюджету (<i>F</i>) до загального обсягу потреби держави у видатках для фінансування законодавчо необхідних (нормативних) обсягів видатків (<i>R</i>)	$\frac{F}{R}$	Відношення фактичної потреби у видатках зведеного бюджету (<i>F</i>) до загального обсягу потреби держави у видатках для фінансування законодавчо необхідних (нормативних) обсягів видатків (<i>R</i>)

Джерело: розроблено автором

Оцінку якостей державно-приватного партнерства доцільно було б покласти на спеціальний орган, який би крім завдань пов'язаних із підготовкою та організацією проекту, виконував функції інформатора, про проекти які виконуються, стан їхнього виконання та відповідність критеріям ефективності. Тому дослідивши міжнародний досвід, а саме досвід Угорщини, де було створено спеціальний орган з метою організації співробітництва держави та приватного бізнесу, ми пропонуємо створити орган: Міжурядовий комітет з питань публічно-приватного партнерства, до завдань якого входило б: здійснення професійної експертизи проекту, розробленої відповідним галузевим міністерством перед тим, як він буде переданий на розгляд уповноваженого органу влади (уряду чи парламенту); здійснення моніторингу й оцінювання реалізації партнерських проектів; розроблення методології підготовки проектів ДПП, процедури проведення конкурсу та підписання контракту; здійснення моніторингу реалізації проектів і розміщення даної інформації на сайті міністерства економічного розвитку та торгівлі; посередництво між органами державної влади й ініціаторами проектів. До складу комітету, на нашу думку, доцільно включити таких 6 представників (рис. 3).



Рис. 3. Міжурядовий комітет з питань публічно-приватного партнерства

Виділення пріоритетності галузей, де в першу чергу потрібно запроваджувати форму ДПП, дозволить державі в повному обсязі забезпечувати належний рівень виконання своїх функцій. Тому на основі таких критеріїв, як: рівень бюджетного недофінансування та суспільно-економічне значення даної галузі, ми запропонували такі пріоритетні сфери застосування ДПП в Україні:

1. побудова нових і реконструкція старих автомобільних доріг на умовах концесії;
2. розвиток і модернізація об'єктів сфери житлового-комунального господарств;
3. геологічна розвідка родовищ і видобуток корисних копалин;
4. реалізація спільних проектів у галузі освіти та науки;
5. виробництво, розподілення та постачання електричної енергії.

Таким чином, велика кількість видів, форм і сфер застосування державно-приватного партнерства роблять його універсальним механізмом для вирішення ряду довгострокових задач: від створення і розвитку інфраструктури до розробки і адаптації нових перспективних технологій, його активне впровадження в Україні є нагальною потребою. Хоча практика впровадження державно-приватного партнерства в Україні знаходиться на досить ранній стадії становлення, проте Україна вже напружувала достатній досвід державних закупівель, оренди державного майна, управління корпоративними правами держави в суб'єктах господарювання, участі в інвестиційних проектах і спільній діяльності на основі відповідних договорів.

На основі проведеного дослідження можна сформулювати такі напрями розвитку державно-приватного партнерства в Україні:

1. удосконалення законодавчої бази й розширення правозастосовної практики державно-приватного партнерства;
2. аіроблення єдиної концепції розвитку державно-приватного партнерства в Україні на середньо- та довгострокову перспективу;
3. створення «центрів компетенцій» — організаційних структур по ініціюванню й управлінню проектами державно-приватного партнерства, у тому числі в регіонах;
4. проведення інформаційної й освітньої роботи в рамках просування державно-приватного партнерства на регіональному та місцевому рівні.

Література

1. Закон України «Про державно-приватне партнерство» від 01.07.2010 № 2404-VI.
2. Методика проведення аналізу ефективності здійснення ДПП.
3. Про затвердження Програми розвитку інвестиційної та інноваційної діяльності в Україні: Постанова Кабінету Міністрів України від 2 лютого 2011 р. № 389 // Офіційний вісник України. — 2011. — № 28. — С. 94. — Ст. 1173.

4. Положення про Державне агентство з інвестицій та управління національними проектами України. Затверджено Указом Президента України від 12 травня 2011 року № 583/2011 [Електронний ресурс]. — Режим доступу: <http://zakon2.rada.gov.ua/laws/show/583/2011>

5. « Досвід та перспективи впровадження державно-приватних партнерств в Україні та за кордоном / Винницький Б., Лендъел М., Онишук Б., Сегварі П. — К.: К.І.С., 2008. — 146 с.

6. Аналітична записка: «Щодо розвитку державно-приватного партнерства як механізму активізації інвестиційної діяльності в Україні», Національний інститут стратегічних досліджень при Президентові України

7. Підготовка та реалізація проектів публічно-приватного партнерства: Практичний посібник для органів місцевої влади та бізнесу / С. Грищенко. — К., 2011. — С. 32.

Лилак Н.В., (магістрант)

БРЕНДИНГ В АПК

У споживачів все менше часу залишається на оцінку споживчих якостей нових товарів і послуг. Тому вони просто роблять вибір на користь лідерів ринку, вважаючи, що у них все має бути краще, ніж у інших. Це свідчить про те, що все більше на ринку цінуються бренди, а не товари.

Бренд — певний символ (як правило, візуальний або/і звуковий), який є для споживача джерелом концентрованої інформації і/або стійким емоційним імпульсом, які змушують його робити вибір на користь товару, що пропонується під цим брендом, забезпечує створення додаткової вартості та посилює ринкові позиції фірми-власника бренду [3, с.15]. Відмінність бренду від звичайної торговельної марки полягає у тому, що він є засобом створення нової вартості, джерелом позитивної інформації та емоцій.

Брендинг — цілеспрямований процес створення та управління торговельною маркою з метою досягнення нею статусу, який гарантує стабільне коло прихильників цієї марки та міцний позитивний емоційний зв'язок з ними, визначає споживчий вибір, забезпечує створення додаткової вартості, посилює ринкові позиції товару, який пропонується під цим брендом. Брендінг є процесом створення і управління брендом.

Ключові цінності бренду та брендингу для суспільства:

- стимулювання інноваційної діяльності,

- впровадження нових технологій та нових ідей у виробництво та збут;
- підвищення якості товарів та послуг;
- підвищення рівня задоволення потреб споживачів;
- підвищення рівня соціальної відповідальності підприємств;
- створення асоціативного взаємозв'язку бренду з певними соціальними та глобальними проблемами;
- турбота про зовнішнє середовище та використання вторинного матеріалу;
- формування віри у відповідних верств населення у певні достоїнства та якості продукції;
- пропаганда економічного патріотизму.

В сучасному світі, створити новий продукт і краще, і дешевше, ніж у конкурентів уже недостатньо. Для справжнього успіху необхідно створити і забезпечити просування на ринку нового бренду.

У сільському господарстві та виробництві продуктів харчування в минулому році було зайнято кілька мільярдів осіб - це близько 1/3 всіх трудових ресурсів планети. При величезних масштабах цієї галузі, найбільший вплив має відносно скромна кількість компаній (Associated British Foods, Groupe Danone, General Mills тощо), котрі володіють найвідомішими торговими марками харчових продуктів (Kingsmill, Twinings, Mazola, Danone, Fantasia, Danissimo і т.і.).[4]

У висококонкурентних галузях боротьба за споживача спонукає підприємства до формування конкурентних переваг у вигляді створення сильного бренду та розширення асортименту. Під впливом пропаганди здорового стилю життя та безпеки харчування у суспільстві помітні зрушення у структурі харчового кошику. Помітно зростає споживання м'ясних та молочних продуктів, яєць, овочевих та плодово-ягідних культур, рибної продукції, в той же час помітне скорочення у обсягах споживання цукру, картоплі, хліба та хлібобулочних виробів.

Найвідомішими та найдорожчими українськими брендами харчової промисловості є саме ті, попит на продукцію яких весь час зростає. Деяко інша ситуація з такою продукцією як цукор, борошно. На даний час на українському ринку немає явно сформованих брендів-лідерів цієї продукції.

Виробництво цукру в Україні представлено переважно великими виробниками — агрохолдингами, котрі в своїй структурі мають декілька цукрових заводів і займаються оптовою реалізацією цукру переважно на ринок B2B (кондитерська промисловість, виробництво напоїв тощо.) По суті, ці виробники вже є компаніями-

брендами (агропромхолдинг «Астарта-Київ», група компаній «Мрія», ТОВ «Радехівський цукор», ТОВ «Панда» тощо).

Зовсім інша ситуація була, якщо б великі виробники цукру мали свої ТМ, а їхня продукція високої якості за доступною ціною з'явилася б на полицях магазинів в красивій упаковці. Виходячи з цього, ми пропонуємо **інвестиційний проект**: «Організація фасування цукру та подальша його реалізація».

Мета проекту: вихід виробника на ринок фасованого брендового цукру, як спосіб завоювання додаткового ринку збуту, збільшення доходів підприємства, створення корпоративного бренду і системи роздрібного продажу.

Продукт: білий цукор-пісок під власною торговою маркою в цінових сегментах «економ» та «середній +» вагою 1 кг.

Цільова аудиторія: впевнені та енергійні українці, котрі дбають про своє здоров'я, родину та бережуть традиції Батьківщини.

Позиціонування: чаювання в нашій країні має багатовікову історію. Українці традиційно звикли вживати гарячі тонізуючі напої разом з цукром.

Дослідження показало, що вітчизняні споживачі цукру вельми небайдужі до чаювання у домашній атмосфері. А тому — даний продукт повинен уособлювати українські сімейні традиції та цінності, комфорт і тепло рідного дому. Концепція бренду має відображувати турботу про найближчих людей, яка полягає в якісному, смачному і здоровому харчуванні для всієї родини. Відштовхуючись від цього, ми пропонуємо позиціонування даного товару — **«Цукор для українського чаювання»**.

Операційні витрати включатимуть витрати на фасування, упаковку, логістику, маркетинг та збут. Інвестиційні витрати в розмірі 737 тис. грн — це витрати на реєстрацію ТМ та виведення бренду. На рис. 1 зображено окупність інвестицій та покриття робочого капіталу проекту. Дисконтований термін окупності інвестицій складе **1 рік та 4 місяці**.

Для того, щоб побачити чи вигідно виробникам виходити на ринок фасованого цукру — ми порівняли 2 способи його продажу: оптовий продаж цукру та оптовий продаж фасованого цукру під власною ТМ. В кінцевому результаті, рентабельність продажу за 1 варіантом склала 20%, а за 2 варіантом — 23,6 %.

Отже, реалізація даного інвестиційного проекту забезпечить підприємству вихід на новий сегмент ринку та зміцнення своїх позицій, сформує коло лояльних покупців, а також сприятиме зростанню вартості бізнесу.

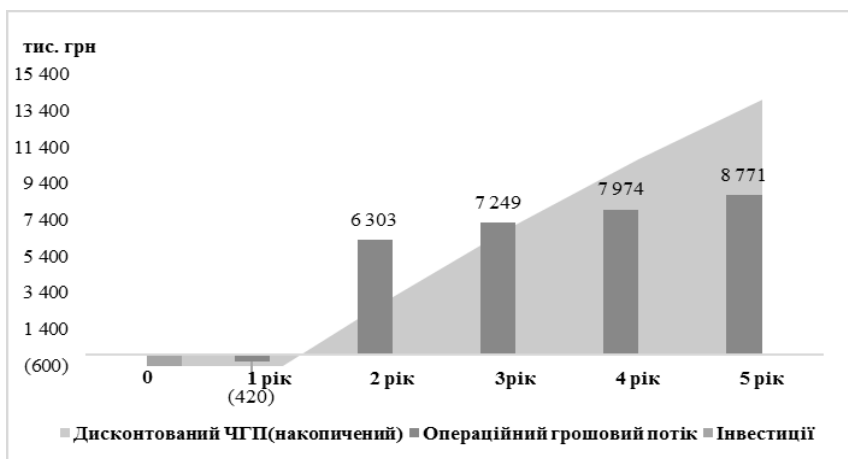


Рис. 1. Окупність інвестицій та покриття робочого капіталу проекту «Організація фасування цукру та подальша його реалізація»

Література

1. Файвішенко Д.С. Функціональний аналіз бренду як основа оцінки ефективності брендингу / Д.С. Файвішенко // 36. тез Десятої міжнар. наук.-практ. конф. [Маркетинг в Україні], (м. Київ, 22-23 жовтня 2009 р.). — Київ: Українська Асоціація Маркетингу, 2009. — С. 104-105.
2. Шевелева Т. Создание национальных брендов в Украине — важнейший фактор в завоевании внутреннего и внешнего рынков товаров и услуг / Т. Шевелева // Интелект. Власність. — 2010. — № 9. — С. 12-16.
3. Шубін О.О. Стратегічне управління дитячим брендом з урахуванням типології марки / О.О. Шубін, А.О.Кривоніс // Вісник ДонНУЕТ. — 2013. — № 3 (59). — С. 14-22.
4. 10 компаний, контролирующих рынок продуктов питания. — 02.09.2014. — <http://www.vestifinance.ru/articles/46406>

Лисенко І. (ФЕтаУ, IV курс)

BTI-ТЕХНОЛОГІЇ ЯК СУЧАСНИЙ ІНСТРУМЕНТ МАРКЕТИНГОВОЇ ДІЯЛЬНОСТІ ПІДПРИЄМСТВА

Актуальність. Конкуренція між підприємствами в сучасних умовах з кожним роком посилюється. «Війна брендів» визначила необхідність пошуку додаткових ефективних засобів впливу на

споживача, одним з яких стала і така рекламна послуга, як BTL (від англ. below-the-line «під рисою» — комплекс маркетингових комунікацій, що відрізняються від прямої реклами. Впровадженню BTL-технологій надають особливого значення ті підприємства, які не можуть вести явну рекламну діяльність, що пов'язано з особливим режимом регулювання їх діяльності з боку держави. Це підприємства тютюнової, алкогольної, легкої, харчової промисловості та інтернет-магазини.

Постановка проблеми. Метою статті є визначення сутності BTL-технологій, виокремлення завдань, що вирішуються за їх допомогою, інструментів застосування даних технологій, зокрема в тютюновій галузі, а також аналіз перспектив використання BTL-технологій в інших галузях.

Результати дослідження. Для розуміння доцільності застосування BTL-технологій необхідно в першу чергу визначити їх сутність і принцип дії. Отже, BTL — термін рекламної індустрії, що поширився у останньому десятилітті і який об'єднує промо-акції, виставки, різні форми стимулювання збуту, прямий маркетинг, особисті продажі, виставки і т.п. Термін BTL використовують на противагу ATL (прямій рекламі). Сучасні ринкові реалії вимагають розширення способів взаємодії зі споживачами, одним з яких є BTL-технологій. До ринку BTL-послуг доцільно віднести такі напрями, як мерчандайзинг, просування торгівлі, всі напрями прямого маркетингу, створення гарячих телефонних ліній, використання інтернет-реклами, електронної розсилки (spam), Event marketing (просування товарів чи послуг на ринок за допомогою створення та проведення спеціальних заходів).

Відносно новий для України напрям — створення клубів лояльності, як для адміністраторів роздрібних торгових точок, так і для кінцевих споживачів. Відомі в Україні BTL-агенції, на Заході називаються агенціями маркетингового сервісу (така назва краще відображає зміст діяльності). Крім того, важлива відмінна риса BTL — можливість двостороннього контакту, коли можна не тільки донести інформацію до споживача, але й проаналізувати зворотну реакцію [1].

Серед важливих завдань, які вирішує використання BTL-технологій, такі:

- швидке і значне збільшення рівня продажів. BTL-акція безпосередньо на місці продажів стимулює споживача до миттєвої покупки, на відміну від телевізійного ролика, який не відразу спонукає споживача йти зарекламованим товаром у магазин, між прийняттям рішення і покупкою ще пройде час;

- формування позитивного ставлення і підтримка лояльності до певної марки. Наприклад, керівник проекту компанії «Автосі-тітрейдинг» Михайло Шабалін зазначав: «Коли покупка тягне за собою великий ризик — наприклад, фінансовий (за високої ціни), соціальний (знайомі негативно оцінять вибір) або є ризик отримати травму під час експлуатації товару, то BTL-технології є найефективнішим інструментом формування позитивного ставлення до нього» [2];

Зазначимо, що основною причиною застосування BTL-акцій у тютюновій промисловості є державне втручання у ведення підприємницької діяльності. У статті 22 Закону України «Про рекламу» зазначено, що реклама тютюнових виробів, реклама знаків для товарів і послуг, інших об'єктів права інтелектуальної власності, під якими випускаються тютюнові вироби, забороняється [3]. Тому в тютюновій галузі варто застосовувати такі елементи BTL-технології, як: масові заходи, презентації, прес-конференції, вечірки, лотереї, стимулювати продажі за допомогою призів; сувенірну продукцію; пабліситі /PR; дизайн упаковки; мерчандайзинг (оформлення місця продажу товарів); спонсорство; конкурси; управління базами даних (відправлення інформаційних листів про продукцію на e-адреси споживачів).

Для підприємств тютюнової галузі спад попиту на цигарки може бути обумовленим збільшенням ціни, на що безпосередньо впливають кліматичні умови та акцизні збори. Тому для здійснення планування BTL-кампанії бажано зберегти зв'язок між рекламними і маркетинговими цілями. Якщо BTL-комунікація для кампанії основна, то кампанію анонсів у мас-медіа у більшості випадків слід починати одночасно зі стартом акцій у точках продажів чи інших BTL-комунікацій. Головна перевага полягає в тому, що за допомогою безпосереднього контакту можна вплинути на вибір покупця прямо на місці покупки.

Вважаємо, що BTL-технології мають значні перспективи на тютюновому ринку. Такі компанії, як Філіп Морріста JTI, що займають значні частки тютюнового ринку, активно користуються BTL-технологіями. Вони постійно є спонсорами змагань, конкурсів і мають власних агентів з BTL-технологій. Одним з найдієвіших заходів BTL у Філіп Морріс є те, що вже більше десяти років дана компанія веде боротьбу з дитячим і підлітковим курінням [5].

Перспективним також є використання BTL-технологій і в інших галузях національного господарства. У харчовій промисловості спостерігається тенденція до зростання частки конкурсів та акцій на продукцію та проведення її дегустації. Такі заходи на-

дають більшого ефекту, ніж реклама в ЗМІ. Останнім часом підприємства з виробництва спортивного одягу почали активно використовувати BTL-технології, що пов'язано з порівняно вищим рівнем стимулювання покупців (через дисконтні карти чи сезонні розпродажі) до придбання товарів, ніж пряма реклама.

Висновки. У сучасних конкурентних умовах господарювання підприємствам необхідно володіти унікальним набором характеристик задля завоювання прихильності споживачів, набуття яких, зокрема, здійснюється за допомогою BTL-технологій. Саме ці технології спрямовані на зміцнення комунікативних відносин зі споживачами, адже більшість акцій ґрунтується на взаємодії зі споживачем: людина вступає у відносно персоніфіковані взаємини з брендом, від якого отримує бонуси чи призи. У результаті — в свідомості покупця складається емоційний образ бренду.

Позитивна динаміка розвитку BTL в Україні змушує все більшу кількість потенційних клієнтів замислитися про перспективи і доцільність його використання.

Література

1. Удод К. В. BTL-технології як сучасні комунікаційні зв'язки зі споживачами / К. В. Удод, Н. П.Скригун // Актуальні наукові розробки — 2013 : Матеріали IX міжнародної науково-практичної конференції. — София : БялГРАД-БГ, 2013. — Т. 4. — С. 3—4.

2. Шпаковский В. О. Организация и проведение рекламных мероприятий посредством BTL-коммуникаций: Учебное пособие / В. О. Шпаковский, Н. М. Чугунова, И. В. Кирильчук. — 3-е изд. — М.: Издательско-торговая корпорация «Дашков и К», 2013. — 128 с.

3. Закон України «Про рекламу» // Відомості Верховної Ради України. — 2004 р., № 8. — Ст. 62; 2008 р., № 18. — Ст. 197, Ст. 22;

4. Дудовцева О. О. Сутність BTL-комунікацій на роздрібному підприємстві на етапі маркетингових відносин [Електронний ресурс] / О.О.Дудовцева / Електронне наукове фахове видання «Ефективна економіка». — Режим доступу до ресурсу: <http://www.economy.nayka.com.ua/?op=1&z=3053>;

5. Ринок тютюнових виробів: оцінка впливу зміни акцизів [Електронний ресурс] // Інститут економічних досліджень та політичних консультацій. — 2014. — Режим доступу до ресурсу:

6. www.ier.com.ua/files/publications/News/IER_research2_block.pdf.

ПРАВИЛА ФІСКАЛЬНОЇ ПОЛІТИКИ: РЕЗУЛЬТАТИВНІСТЬ ВИКОНАННЯ В УКРАЇНІ

Поглиблене дослідження проблеми дотримання правил фіскальної політики має важливе значення, адже підписання Угоди про асоціацію між ЄС та Україною вимагає швидкої оцінки результативності наявних фіскальних правил і цілеспрямованого запровадження нових правил фіскальної політики, що стануть одним з важливих інструментів вирішення цілого комплексу наявних проблем («ручне» керування бюджетом, значний дефіцит бюджету та великий державний борг), і підвищення рівня фіскальної дисципліни країни.

Варто зазначити, що бюджетне законодавство України містить фіскальні правила, спрямовані, перш за все, на забезпечення фінансової дисципліни уряду та його платоспроможності. При цьому не розглянутими та не імплементованими досі залишаються правила щодо обмеження масштабів державного сектору, усунення так званого «ручного» керування бюджетом, ліквідації практики прямого впливу побажань політиків при ухваленні бюджетних рішень тощо. При цьому великий сумнів викликає дотримання наявних правил фіскальної політики та їх результативність.

У літературі пропонують різні підходи до внутрішньої побудови фіскальних правил. Зокрема, ідеальна модель структури фіскального правила має передбачати такі елементи: адресат правила, припис дії (зміст правила), обставини, які зумовлюють його дію, механізм контролю (моніторингу) дотримання правила, відповідальність/ санкції за його порушення [1, с. 41].

Аргументи запровадження фіскальних правил і норм можна звести до теоретичних та емпіричних. Перші стосуються, переважно, проблем збалансування бюджетів субнаціонального рівня і фіскальної дисципліни адміністративно-територіальних одиниць, а другі — координації податкової та бюджетної політик на національному рівні, а також необхідності врахування політико інституціональних чинників реалізації фіскальної політики [2, с. 30].

Найвідомішим фіскальним правилом є «золоте правило», яке наголошує на тому, що державні запозичення повинні спрямовуватися виключно на інвестиції, а не на фінансування поточних видатків [3, с. 5].

Основні види фіскальних правил: 1) щодо збалансованості бюджету; 2) щодо фінансування дефіциту бюджету; 3) боргові; 4) резервні [1, с. 41].

Як свідчить міжнародний досвід, фіскальні правила запроваджуються для забезпечення макроекономічної стабільності; підвищення довіри до фіскальної політики уряду та проведення фіскальної консолідації; забезпечення довгострокової стійкості податково-бюджетної політики; мінімізації негативних зовнішніх ефектів у межах єдиного валютного союзу або федерації.

Країни-члени ЄС користуються великою кількістю фіскальних правил, більшість з них стосуються збалансування бюджету (26). Майже однаковою є їх кількість щодо боргу (18) та видатків (17), найменше — щодо доходів (6) [4].

В Україні теж є практика встановлення фінансових планів, аналіз виконання яких дав змогу зробити висновок про їх повне або часткове виконання. З проаналізованих п'яти фіскальних правил (табл. 1) виконуються лише два — резервні, ще два — щодо збалансованості бюджету та фінансування дефіциту бюджету потребують вдосконалення, оскільки виконуються некоректно, та одне — боргове — не виконується взагалі.

Таблиця 1

ПЕРЕВІРКА ФІСКАЛЬНИХ ПРАВИЛ В УКРАЇНІ

Група правил	Вітчизняне правило (стаття)	Сутність	Перевірка / аргумент
1	2	3	4
I. Щодо збалансованості бюджету	<i>правило прагнення збалансованості бюджету України (ст. 95 Конституції)</i>	при прийнятті законів та інших нормативно-правових актів, які можуть вплинути на баланс бюджету, намагатися дотримуватись рівномірного співвідношення між доходами та видатками та неупередженого розподілу суспільного багатства між членами суспільства	дана норма тлумачиться виключно щодо Державного бюджету України, залишаючи за межами позабюджетні фонди і місцеві бюджети

Група правил	Вітчизняне правило (стаття)	Сутність	Перевірка / аргумент
1	2	3	4
II. Щодо фінансування дефіциту бюджету	<i>заборона емісійного фінансування дефіциту бюджету (ст. 15.2 БКУ)</i>	джерелом фінансування бюджету не можуть бути емісійні кошти Національного банку України	ефективність правила не справджується через купівлю НБУ (безпосередньо або через державні банки) державних облігацій на первинному ринку, кредитуючи таким чином уряд
III. Боргові правила	<i>верхня межа боргу у % від ВВП (ст. 18.2 БКУ)</i>	загальний обсяг державного боргу та гарантованого державного боргу на кінець бюджетного періоду не може перевищувати 60 % річного номінального обсягу ВВП	починаючи з 2014 року, даний індикатор становив 75,7 % від ВВП, при цьому, очікується тільки погіршення наявної ситуації
IV. Резервні правила	<i>щодо резервного фонду державного бюджету (ст. 24 БКУ)</i>	уряд в обов'язковому порядку утворює у складі Державного бюджету резервний фонд, граничний розмір якого не може перевищувати 1% обсягу видатків загального фонду бюджету	аналіз Закону України «Про Державний бюджет» за останні роки показав, що дане правило справно виконується
	<i>щодо передбачення коштів на виконання гарантійних зобов'язань (ст. 17.15 БКУ)</i>	уряд зобов'язується передбачати кошти на виконання гарантійних зобов'язань, термін сплати яких настає у відповідному бюджетному періоді	відповідні кошти постійно передбачаються в спеціальному фонді Держбюджету, а СБ, ЄБРР, ЄІБ та інші світові донори надають вітчизняним суб'єктам господарювання колосальні суми під державні гарантії уряду

Складено на основі [4—6]

Дослідження результативності виконання фіскальних правил в Україні показало, що певні напрацювання в даному напрямі вже є, проте, їх недостатньо для всебічного регламентування та дотримання фіскальної дисципліни. На нашу думку, доречним є використання «золотого» боргового правила та переорієнтація на щорічне прийняття бездефіцитного бюджету.

Сьогодні перед Урядом України стоїть нелегке, але дуже важливе завдання: оптимізувати та суттєво доповнити вітчизняну систему фіскальних правил, враховуючи останні напрацювання міжнародної практики, а також розробити та прийняти вітчизняний Закон «Про фіскальну відповідальність», що регламентуватиме наявні та нові фіскальні правила, визначатиме механізм моніторингу їх дотримання та чіткі санкції за їх порушення. Без сумніву, дані заходи дозволять для України зробити не просто крок, а значний стрибок у її європейському поступі.

Література

1. Длугопольський О. В. Фіскальна консолідація як реакція на світову фінансово-економічну кризу: особливості застосування правил і норм у країнах ЄС та Латинської Америки / О. В. Длугопольський // Наукові записки. Серія «Економіка». — 2013. — №23. — С. 26—38.
2. Emmerson C. The Government's Fiscal Rule / C. Emmerson, C. Frayne, S. Love // IFS Briefing Note. 2006. — Vol. 16. — 15 p.
3. Офіційна веб-сторінка Комісії ЄС [Електронний ресурс]. — Режим доступу: <http://ec.europa.eu/http://minfin.gov.ua/>
4. Бюджетний кодекс України: за станом на 5 квітня 2015 р./ Верховна Рада України від 08.07.2010 № 2456-VI [Електронний ресурс]. — Режим доступу: <http://zakon4.rada.gov.ua/laws/show/2456-17>
5. Рішення Конституційного Суду України від 27.11.2008 № 26-рп / 2008 «У справі за конституційним поданням КМУ про офіційне тлумачення положення частини другої статті 95 Конституції України та словосполучення «збалансованість бюджету», використаного в частині третій цієї статті (справа про збалансованість бюджету) // [Електронний ресурс]. — Режим доступу: http://search.ligazakon.ua/1_doc2.nsf/link1/KS08098.html
6. Офіційна веб-сторінка Міністерства фінансів України [Електронний ресурс]. — Режим доступу: <http://minfin.gov.ua>

Ляш Л. Я.

АНТИКРИЗОВА ДІЯЛЬНІСТЬ ПІДПРИЄМСТВ АПК

За роки реформування АПК України відбулися істотні, багато в чому суперечливі соціально-економічні перетворення, які мали

позитивну основу, але, на жаль, часто негативний результат. Незважаючи на суттєві заходи, які робляться для стабілізації сільськогосподарського виробництва країни, агропромисловий комплекс ще продовжує знаходитися в кризовому стані. У даний час половина сільськогосподарських організацій збиткова, рівень рентабельності більшості з них недостатній для ведення розширеного відтворення [2].

До основних мікроекономічних причин виникнення кризових ситуацій в АПК слід віднести різні форми слабого менеджменту на рівні підприємств. Погіршує фінансове становище підприємств і пасивна поведінка на ринку, де в основному домінують посередницькі структури, що зацікавлені в купівлі сільськогосподарської сировини на невигідних для сільгоспвиробників умовах. Якщо підприємства АПК не удосконалюють канали збуту своєї продукції, то при згортанні старих ринків (особливо в умовах глобальної кризи) це означає скорочення обсягів реалізації [1].

Не сприяє стабільній роботі підприємств АПК і відсутність диверсифікованого підходу до підбору постачальників. Так, на практиці багато підприємств орієнтуються на роботу з одним постачальником (палива, добрив, насіннєвого матеріалу) через складність організації паралельної роботи з кількома постачальниками і велику амплітуду цін.

Аналіз роботи низки агропромислових підприємств показав, що основними статтями заборгованості є розрахунки за товари, роботи і послуги, а також розрахунки з бюджетом. Значна частина заборгованості — борги перед фондами соціального страхування і забезпечення. Зміни в структурі пасиву балансу свідчать про необхідність термінових рішень із забезпечення зростання оборотного капіталу і позитивного потоку грошових коштів від основної діяльності [5].

Отже, причини неплатежів підприємств АПК у сучасних умовах слід розділити на дві групи. До першої можна віднести недоліки, які стосуються державного управління економікою, умов господарювання та управління підприємствами АПК в умовах кризи. Другу групу причин можна узагальнено охарактеризувати як слабкий менеджмент. Варто зазначити, що проблеми антикризового управління підприємством — це в основному проблеми менеджменту, а значить, вирішуються вони залежно від професійного рівня антикризового керівника і рівня професійності запропонованої програми фінансового оздоровлення. Саме низький рівень управління є основною причиною кризового стану більшої частини агропромислових підприємств.

Світовий досвід показує, що антикризова діяльність в умовах глобальної кризи — процес, що включає два блоки процедур: антикризове управління і антикризове регулювання. Кризові ситуації виникають на всіх стадіях життєвого циклу підприємств АПК. Вони виражаються в коливаннях обсягів виробництва продукції, виникненні складнощів з її збутом, надмірному зростанні заборгованості за зобов'язаннями та ін. Реалізація всієї сукупності процедур антикризового управління підприємствами АПК починається лише на певному етапі їх життєвого циклу: за різкого спаду виробництва, що характеризується постійною неплатоспроможністю підприємства [4].

Антикризове регулювання передбачає дію на підприємство-боржника на макрорівні. Цей вид макроекономічної дії припускає вжиття організаційно-економічних і нормативно-правових заходів з боку держави, спрямованих на захист підприємств від кризових ситуацій, запобігання банкрутству або ліквідацію у разі неефективності подальшої роботи цих підприємств.

Ключовими напрямками державного антикризового регулювання в АПК є:

- вдосконалення законодавчої бази щодо фінансової неспроможності (банкрутства) підприємств;
- здійснення заходів з оздоровлення життєздатних підприємств АПК, зокрема надання державної підтримки неплатоспроможним підприємствам і залучення інвесторів;
- ухвалення урядом заходів, спрямованих на подолання кризи неплатежів.

Введені на законодавчому рівні норми регулювання процесів санації економіки припускають певну організацію антикризового процесу на рівні господарюючого суб'єкта. Антикризовий процес — застосування до підприємства-боржника процедуру реорганізації або ліквідації — починається з комплексної оцінки його фінансово-економічного стану. Без діагностики причин неплатоспроможності підприємства, можуть бути призначені некоректні антикризові процедури, що призведе до ліквідації цілком перспективних підприємств, санації явно неспроможних підприємств, загострення конфліктів між боржниками і кредиторами.

Основними етапами антикризового фінансового управління підприємствами АПК є:

- діагностика фінансового стану і оцінка перспектив розвитку виробничого потенціалу;
- розробка бізнес-плану фінансового оздоровлення підприємства;

— реалізація антикризових процедур [3].

Державні органи можуть виступати учасниками антикризового процесу, якщо в ланцюжку «менеджмент–акціонери–кредитори» кризове підприємство АПК не спроможне врегулювати свої проблеми. Практично процедура не міняється, якщо керівник і кредитори хочуть самостійно вийти з кризи.

Підприємствам АПК в умовах кризи передбачається здійснення послідовності заходів, спрямованих на недопущення фінансової неспроможності у середньостроковій перспективі.

Література

1. Гладких Ю. М. Тактика фінансового управління підприємствами АПК в умовах кризи // Наука — виробництву. — 2013. — № 7. — С. 112—118.

2. Єранкін О. О. Маркетинг в АПК України в умовах глобалізації [Текст]: монографія / О. О. Єранкін. — К.: КНЕУ, 2009. — 202 с.

3. Макаренко П. М., Попова Т. В. Економічне відтворення аграрного виробництва в умовах ринку: Монографія. — Мелітополь: Люкс, 2011. — 348 с.

4. Партин Г. О., Митрухіна О. Я. Фінансова стратегія у системі управління фінансами підприємств // Науковий вісник НЛТУУ. — 2009. — Вип. 19.6. — С. 208—214.

5. Саблук П., Приб К. Процеси міжнародного руху капіталів та участь у них України // Економіка України. — 2012. — № 8 (561). — С 56—68.

Мартінович П. Г.

(ф-т інформаційних систем і технологій, II курс)

РЕЛІГІЙНІ ОРГАНІЗАЦІЇ ЯК ФАКТОР СОЦІАЛІЗАЦІЇ ОСОБИСТОСТІ

Актуальність статті. У процесі соціалізації особистість завоює цінності, установки, соціальні норми, зразки поведінки, на основі яких формуються її соціально значущі якості. Релігія як соціальний інститут приймає участь у соціалізації особистості і є складним суспільним явищем, системою особливих уявлень, почуттів, установ різних об'єднань віруючих.

Насьогодні в межах вітчизняної соціологічної науки бракує досліджень, присвячених даній проблематиці, зокрема, впливу релігійних сект на соціалізацію студентської молоді. Тому **метою**

статті виступає зображення впливу релігійних організацій на формування поведінки молоді.

Офіційна статистика релігійної мережі в Україні засвідчує, що в нашій державі існує приблизно 33841 релігійна організація, понад ста різних релігійних течій, церков, спільнот тощо [1, с. 5]. Серед причин відносно легкого проникнення в Україну сект є така специфіка менталітету українців, як певний плюралізм світогляду. Однак релігійні організації вже давно не тільки духовні колиски суспільства, а й доволі успішні й найнепрозоріші види підприємництва. Прикриваючись високими ідеалами та одвічними цінностями релігійні організації впливають на свідомість людей і використовують вірян як стабільне джерело прибутку. Тому постають питання: якими методами релігійні організації впливають на свідомість індивіда та яке значення вони мають у процесі соціалізації особистості в сучасних умовах в Україні?

Зазначимо, що з точки зору соціології релігії секти можна визначити як адекватні суспільні структури меншості, оскільки вони змушені до відокремлення серед оточення як малі замкнені групи, щоб зберегти своє відмінне визначення дійсності. Мала чисельність секти є суспільним і психологічним наслідком її відходу від офіційної доктрини Церкви. Сектам властиві такі ознаки, як бібліцизм і ригористична етика, спонтанність і особлива свідомість обрання, антиінституційна тенденція і сильне підкреслення світського елемента [2, с. 457].

При цьому самоактуалізація особистості в соціальних інституціях обмежена можливістю будь-якого віруючого досягти вершини релігійної піраміди. Звичайна людина у царині релігії може бути членом певної громади або виконувати певні функції за дорученням релігійних лідерів (збирати милостиню, керувати хором тощо). Лише пов'язавши своє професійне життя з релігією (ставши священиком, пастором), людина може просуватися шляхом самореалізації у цій царині [3, с. 22—27].

При цьому секта як неконструктивна структура нищить особистість, вносить дисгармонію у її розвиток. Тотальний контроль сектою свідомості та поведінки особи призводить до вкрай негативних наслідків: розпаду сімей, втрати контакту з колективом, вилучення з суспільства тощо. Секти розвиваються в різних середовищах, але найбільшу загрозу вони становлять для молоді. Тому я вирішив провести власне соціологічне дослідження, щоб наочно побачити вплив релігійних організацій серед молоді, так як молодь виступає потенціалом у розвитку нашого суспільства.

Своє дослідження я проводив за допомогою соціологічного методу — опитування, зокрема, його різновиду — анкетування. Генеральною сукупністю мого соціологічного опитування були студенти КНЕУ у віці від 18 до 21 років. Вибіркова сукупність дорівнювала 50 осіб: 17 чоловічої статі та 33 жіночої. Очевидно, що така кількість респондентів буде свідчитиме про головні тенденції, а не закономірності у розвитку суспільства загалом.

За результатами опитування найпоширенішим методом залучення нових членів є пропонування безкоштовної релігійної літератури. При цьому загальновідомими також є такі маніпуляційні техніки: бомбардування любов'ю, психологічний тиск, виділення ролі лідера, утримання членів секти у стані постійної активності, ідеологізація текстів тощо [4, с. 58—59].

Висновки. Таким чином, соціологічне дослідження показало, що серед усіх опитаних лише 4 % є членами релігійних організацій. Можна зробити висновок, що сьогодні студентське середовище не схильне до релігійності. Групою ризику є діти до 18 років, у яких ще не сформувався власний світогляд та які ще не мають достатньо життєвого досвіду, щоб зрозуміти, що добре, а що погано. Лише досягнувши повноліття, дитина, яка сформувалась як особистість, сама зробити вибір, вірувати чи не вірувати. Вибір має бути зроблений без зовнішнього тиску, за допомогою критичного мислення.

Отже, головне завдання соціуму — не допустити впливу релігійних деструктивних організацій на дитину аж до повноліття. Суспільство повинне мати певні важелі та можливості захищати своїх громадян від організацій, у тому числі і релігійних, метою яких є вторгнення у підсвідомість людини. Насамперед це треба робити через просвітницьку діяльність і висвітлення негативного впливу цих організацій.

Література

1. Україна релігійна: Колективна монографія. Книга друга: Прогнози релігійних процесів України. — К., 2008.
2. Короткий теологічний словник. — Львів, 1996. — 663 с.
3. Баркер А. Новые религиозные движения. — СПб.: Издательство Русского Христианского гуманитарного института, 1997. — 281 с.
4. Трояновський Б. Суспільно-психологічні маніпуляції сектантів // Київська Церква. — 1999. — № 2–3. — С. 58—59.

**ВПЛИВ ДЕМОГРАФІЧНИХ ЗМІН
НА РИНОК ПРАЦІ НІМЕЧЧИНИ.
ВИМОГИ ДО СУЧАСНОГО ПРАЦІВНИКА**

Мета статті полягає у виявленні факторів, що змінюють структуру сучасного ринку праці Німеччини, а також аналізі ключових вимог до найманого робітника.

Аналіз останніх досліджень і публікацій. Питання впливу демографічних змін на ринок праці Німеччини посідає чільне місце в дослідженнях іноземних учених, зокрема спеціалістів з менеджменту персоналу, соціологів, економістів. Серед них варто відзначити роботи таких німецьких науковців: Prof. Dr. Jutta Rump, Prof. Dr. Dieter Hundt, Werner Eichhorst, Prof. Dr. Matthias Knuth та ін.

Наукова новизна. У процесі аналізу сучасних вимог роботодавців до робітників було проведено дослідження, що виявило невідповідність сприйняття даного питання роботодавцями та найманими робітниками.

Постановка проблеми. Німецький ринок праці в останні роки зазнав фундаментальних змін. Такі процеси, як зміна вікової структури, імміграція, зростаюча очікуваність життя при народженні та відхід від традиційних цінностей набули наразі першочергової уваги дослідників. Унаслідок динамічних змін кон'юнктури ринку праці змінюються, відповідно, і ключові вимоги до співробітників.

Виклад основного матеріалу дослідження. Особливість вікової структури Німеччини полягає у тому, що, починаючи з 1972 р., рівень смертності перевищує рівень народжуваності. Якби не високий рівень імміграції, кількість населення країни на сьогодні значно б скоротилася. В останнє десятиліття рівень імміграції становив приблизно 165 000 чол./рік.

На противагу рівню народжуваності, що невпинно знижується, показник очікуваності життя при народженні має позитивний тренд росту. Так, до 2050 року очікується зростання даного показника до 83 років для чоловіків і до 88 років для жінок [1]. За такого зростання тривалості життя населення та спаду рівня народжуваності відповідно пришвидшуються темпи старіння населення (табл. 1).

Таблиця 1

**РОЗВИТОК НАСЕЛЕННЯ НІМЕЧЧИНИ — ПРОГНОЗ ДО 2030 р.
(ДЖЕРЕЛО — ФЕДЕРАЛЬНЕ БЮРО СТАТИСТИКИ —
STATISTISCHESBUNDESAMT [2; 3])**

81,6 млн 20,0 % 61,0 % 19,0 %	Населення Німеччини на сьогодні Молодші 20 років У віці від 20 до 65 Старші 65 років
77,2 млн 16,0 % 55,0 % 29,0 %	Населення Німеччини у 2030 році Молодші 20 років У віці від 20 до 65 років Старші 65 років

Така демографічна ситуація в країні відповідним чином відобразиться і на ринку праці. Найбільші загрози для роботодавців — нестача спеціалістів, старіння робочої сили та відмінності у робочій соціалізації поколінь. У рамках останнього фактору виділяють 2 основних покоління на ринку трудових ресурсів Німеччини: покоління Babyboomersta іпокоління GenerationInternet. Перші орієнтовані на роботу, пов'язану із обов'язком і дисципліною, а другі — на роботу, пов'язану із задоволенням. З точки зору управління, старше покоління прагне брати участь у цих процесах, тоді як молодше переважно делегує свої обов'язки та повноваження.

Зважаючи на всі фактори впливу, що зробили німецький ринок праці таким, яким ми його бачимо сьогодні, мною було розглянуте питання «Якими якостями повинен бути наділений сучасний найманий робітник, аби задовольнити вимоги роботодавця?».

Перш за все, *гнучкість*. Гнучкий працівник здатний легко вливатися у нові робочі завдання і таким чином максимізувати власну ефективність праці. *Мобільність* на сьогодні також відіграє важливу роль, адже високий рівень інтеграції всередині ЄС передбачає вільний рух робочої сили. Інший вагомий показник — *безперервне навчання* (Lebenslanges Lernen) — вказує на прагнення людини до самоосвіти і розвитку протягом всього життя. Ефективною якістю для найманого працівника є *селф-маркетинг* (Selbstvermarktung), що вимагає власної ініціативи. Дане поняття відображає не лише вміння творчо представити себе, а свідоме виокремлення власних сильних сторін. Бурхливо зростаюча комп'ютеризація привела до змін на ринку робочої сили та нових робочих форм. Найманий робітник повинен бути *незалежним* і в змозі виконувати проекти самостійно, використовуючи сучасні можливості ПК.

Висновок. З метою дослідження теми була проведена ситуативна гра, у якій я запропонувала «роботодавцям» і «найманим робітникам» обрати серед зазначених показників ті, що є найактуальнішими на сьогодні. У результаті, найбажанішими якостями робітника для роботодавців виявились прагнення до безперервного навчання та селф-маркетинг, у той час як самі робітники впевнені, що досягти кар'єрного успіху їм допоможуть гнучкість і мобільність. Проте, на мою думку, дійсно значущих результатів можна досягнути лише за наявності кожної із зазначених якостей і їх постійному вдосконаленні.

Література

1. Die demographische Entwicklung in Deutschland [Електронний ресурс] // For der land — Режим доступу до ресурсу: <http://www.foerderland.de/itoffice/personal/talentmanagement/demographischer-wandel/die-entwicklung-in-deutschland/>.
2. Statistisches Bundesamt
3. Berlin-Institut für Bevölkerung und Entwicklung
4. Anforderungen auf dem Arbeitsmarkt [Електронний ресурс] // wissen.de — Режим доступу до ресурсу: <http://www.wissen.de/anforderungen-auf-dem-arbeitsmarkt>.
5. Rump J. Die Arbeitswelt von morgen: „Anforderungen an Mitarbeiter und Herausforderungen für den Betrieb« :дис. докт. / Rump Jutta — Saarbrücken, 10. — 36 с.

Михайлова І. І. (ФЕФ 4, курс)

INTEGRATION OF UKRAINIAN INTELLECTUAL CAPITAL INTO THE GLOBAL MARKET

The public in general tend to believe that globalization is the next stage of the reciprocity and cooperation between national economies. Intellectual capital is one of the most valid and necessary resource in any country. Integration of Ukrainian intellectual capital into the global market requires clear insight of current problems in the country, its strengths and weaknesses. Doubtless, Ukraine has a great potential in terms of number of scientists, volume of outsourcing market, novelty of innovation and amount of implemented international projects.

It is generally agreed today that intellectual capital of the country is based on its educational system, which supposed to be one of the best in Ukraine. Ukraine is one of the leading country in terms of the

number of students, who receive diplomas of scientific and engineering disciplines. According to the Global Competitiveness Report in the World Economic Forum Ukraine has been ranked into 37 position due to the level of intellectual capital of the country. However, the quality of education system is only on the 89 position among 139 countries. In general, the Global competitiveness index of Ukraine moved from 82 to 89 place, being just in front of Gambia and Honduras. [1] This indicates that country does not use its intellectual potential which slows integration into the Global Market.

Comparing to EU countries Ukraine has the least number of researchers and scientist per thousand people of economically active population. This index in our country is 3.7, while in Finland this figure is 15.4, Japan — 11, US — 9.7, average in EU — 9.2. The government must urgently reconsider its attitude to the scientific sector and create better conditions for scientists due to make our intellectual capital competitive in the global market.

According to BBC Ukraine Ukrainian scientist, who works abroad, mention, — «Many scientists from Ukraine work around the world, but if there was a possibility and majority of us come back, it would change not only the Ukrainian science, but all the cultural and informational space in Ukraine...But while it is a science fiction. « In order to integrate intellectual capital into the world market Ukraine has to offer powerful human resources that would be highly estimated around the globe, but for now our intellectuals work for other countries moving their countries forward.

However, the global attention to Ukraine recently increased due to our outsourcing market success. For instance the IT-outsourcing, which claims to provide higher level of quality at significantly lower costs than any other countries. Ukrainian IT-specialists are well-known for their hardworking and excellent results. In order to reduce costs foreign companies transfer part of their work to the outsourcing firms in Ukraine. In the International Association of Outsourcing Professionals Report 9 Ukrainian IT-companies had been included into the «TOP 100 in Industry» list. Due to specialist research volume of IT-outsourcing market in Ukraine is 1.5 billion dollars. In addition to that the amount of employees working in the market is around 30-40 thousands. [2]

Ukrainian IT-outsourcing market is an accurate example of appropriate and effective use of intellectual capital. The market became highly attractive for EU, USA and Eastern countries since it is satisfy their demand of quality products and services. Today Ukraine has the largest IT-outsourcing industry in Eastern and Central Europe.

For the great majority of people Ukrainians are famous for their innovational approach to every sphere they work on. Each year Ukrainian scientists create about 15 thousand inventions. In view of the above said, intellectual capital of our country has the great potential in practical use. Thousand Ukrainian researchers work all over the world in universities, laboratories and research groups. Their investigations are concerned on seeds growth, gravity principles, plans interaction with the world, skin cells transformation into brain cells. The results of their work are beyond expression, but it is not Ukraine who receives this admiring innovations. This proves that intellectual capital of our country can be integrated into the global market as it is highly estimated and quite competitive.

For instance, young Ukrainian scientist Anatoliy Malykhin created a unique blood test, which does not require blood itself. In general he invented special sensors which are placed on the patient's neck and then display on computer monitor more than 100 health indicators. This system found its implementation in plenty of hospitals and ambulances in China, Czech Republic and United Arabian Emirates. Hungary even built a plant to produce it. So, the device produced by Ukrainian private company for four years successfully sold anywhere but not in Ukraine.[3]

There is hundreds of interesting examples of how intellectual capital of Ukraine is cooperating with international. For instance, the Ukrainian company «4A GAMES» is a popular company producing computer games. The headquarter is located in Kyiv, nevertheless company has been successfully working in Malta for several years. «CloudsourceToUkraine» in San Fransisco is a international Ukrainian program introduced in California few years ago. Its main goal to attract US businessmen to Ukraine, and encourage them to work with Ukrainian employees in mutual beneficial cooperation. Another example of such interactions could be IT-company «Miratech». This firm is actively expanding its global presence and recently has opened an office in a center of high technologies — Tel Aviv, which is known as second Silicon Valley.

All things considered, Ukrainian companies proved themselves as profitable partners by relying on intellectual force. Ukrainian intellectual capital is very flexible and can be transformed and improved due to the demand. Integration of the Ukrainian capital into the world market is a long-term and complex process, which requires knowledge of characteristic features of intellectual force of the country, its strengths and weaknesses and ways of improvement.

References

1. «Інтелектуальний капітал як фактор конкурентоспроможності при формування економіки знань», А.Г. Жарінова, 2013 р. [Електронний доступ: <http://www.economy.nayka.com.ua/?op=2.1&z=2291>]
3. Звіт міжнародної асоціації професіоналів аутсорсингу, «Топ 100» [Електронний доступ : <http://www.iaop.org/FORTUNE>]
4. «П'ятірка кращих українських винаходів», [Електронний доступ: http://www.labprice.ua/nauka_i_virobnictvo/pyatirka_krashnix_ukrainskix_vinaxodiv]

Мокляк Л. В. (ФЕ АПК, 1 курс)

ІНВЕСТИЦІЙНА ПРИВАБЛИВІСТЬ УКРАЇНИ

— Сьогодні економіка нашої держави переживає не найкращі часи: гіперінфляція, зростання цін, замороження заробітних плат і соціальних виплат, навіть найбільші підприємства, банківські установи України потерпають від збитків. Відновлення інвестиційної привабливості країни є одним із шляхів виходу економіки із кризового стану.

— За оцінками як внутрішніх, так і іноземних економічних експертів, інвестиційний клімат в Україні залишається несприятливим. Але існують певні чинники, які сприяють поліпшенню інвестиційного клімату:

- вигідне геополітичне розміщення;
- високий рівень природно-ресурсної забезпеченості;
- дешева кваліфікована робоча сила;
- місткий споживчий ринок;
- високий рівень науково-дослідних розробок у багатьох галузях науки і техніки та наявність значного науково-технічного потенціалу;
- добре розвинена транспортна інфраструктура;
- 60 % чорноземів усього світу створюють передумови для агробізнесу;
- ліберальне законодавство у сфері захисту навколишнього середовища [7].

У зв'язку з останніми подіями кількість інвестицій в Україну за минулий рік зменшилася в 1,24 разу і в інші країни Україна інвестувала майже таку саму кількість коштів (табл. 1).

Таблиця 1

ПРЯМІ ІНВЕСТИЦІЇ (АКЦІОНЕРНИЙ КАПІТАЛ), МЛН ДОЛ. [5]

Станом на 01.01	Прямі іноземні інвестиції в Україну	Прямі інвестиції з України
2010	39 175,7	6 204,0
2011	43 836,8	6 846,3
2012	48 991,4	6 878,9
2013	53 679,3	6 462,6
2014	57 056,4	6 597,4

Інвестували в економіку України 134 країни світу. Основними інвесторами залишаються Кіпр і Німеччина [3]. Найбільше інвестицій з Кіпру надійшло у 2014 році — 19 000 млн дол., що перевищує вкладення за попередній рік в 1,1 разу. Найбільше зацікавленості інвестори виявили до сільського господарства, промисловості та торгівлі. Німеччина за останній рік інвестувала в економіку України 6 200 млн дол. Максимум вкладів спостерігався у 2012 році, що у 1,2 разу більше, ніж за минулий рік. Інвесторів з Німеччини цікавлять такі галузі, як промисловість, торгівля, фінансова та страхова діяльність.

За даними Державної служби статистики, станом на 2014 р. структура акціонерного капіталу в економіці України мала такий вигляд: у промисловість було спрямовано 31,0 % від загального обсягу (у тому числі у переробну промисловість — 25,3 %), у фінансову та страхову діяльність — 26,4 %, в оптову, роздрібну торгівлю та ремонт автотранспорту — 13,0 %, в операції з нерухомим майном — 7,5 %, у професійну, наукову та технічну діяльність — 5,9 %, в інформаційну діяльність і телекомунікації — 3,6 %, в інші види економічної діяльності — 12,6 % від загального обсягу акціонерного капіталу в економіці України [5].

Прямі інвестиції з України надходили в 47 країн світу, переважна частка на Кіпр (88 %). Найбільше їх надійшло в 2011—2012 рр. у фінансову і страхову діяльність та операції з нерухомим майном. Це є виведенням коштів з України в офшорні зони з метою уникнення від оподаткування і легалізація незаконно отриманих доходів. Ці негативні явища у вітчизняній економіці є однією з причин для прийняття відповідних законодавчих актів новим парламентом і проведення реформ, про що наголошують також усі країни-донори української економіки.

На даний момент часу у зв'язку з анексією Криму, війною на Донбасі економіка України не може самостійно функціонувати

без кредитів і допомоги від інших країн. Купівельна спроможність населення впала, зупиняється виробництво на підприємствах, рівень життя людей залишається низьким — усе це вимагає від влади швидких кроків. Але на кредитах економіка не може працювати постійно, тому одним із завдань керівництва держави є створення привабливих проектів для іноземного інвестування, залишається справа за прийняттям законів для заохочення інвестування у бізнес. На сьогоднішній день іноземні інвестиції є одним із важливих варіантів виходу України з кризи та створення конкурентоспроможної економіки.

Література

1. Наукове фахове видання «Ефективна економіка»: [Електронний ресурс] — Режим доступу: <http://www.economy.nayka.com.ua/>
2. Сайт Міністерства фінансів України: [Електронний ресурс] — Режим доступу: <http://minfin.com.ua/>
3. Електронне видання газети «Sumynews» [Електронний ресурс] — Режим доступу: <http://sumynews.com/search?searchword=інвестиції&searchphrase=all>
4. Сайт Державного агентства інвестицій та управління національними проектами України: [Електронний ресурс] — Режим доступу: <http://www.ukrproject.gov.ua/>
5. Сайт Служби статистики України [Електронний ресурс] — Режим доступу: <http://www.ukrstat.gov.ua/>
6. Філіпенко А. С. Україна і світове господарство: Взаємодія на межі тисячоліть: навчальний посібник / А.С.Філіпенко. — К: В-цтво «Либідь» [Електронний ресурс] — Режим доступу: http://pidruchniki.com/12920522/ekonomika/investitsiyniy_klimat_ukrayini

Нагірняк В. О. (юридичний ф-т, IV курс)

ПОДАТОК НА НЕРУХОМЕ МАЙНО, ВІДМІННЕ ВІД ЗЕМЕЛЬНОЇ ДІЛЯНКИ: РЕАЛІЇ ТА ПЕРСПЕКТИВИ ЗМІН

Наприкінці 2014 року був прийнятий пакет законів, який отримав неофіційну назву «Податкова реформа 2015» (набрав чинності 01.01.2015 року). Серед багатьох змін, внесених у Податковий кодекс України (далі — ПК України), зміни торкнулись також податку на нерухоме майно, відмінне від земельної ділянки. Нововведення щодо даного податку розглядали вчені-правники Ю. Лавреха, Ю. Мелько, В. Гвоздій, С. Бовсунівська та ін.

Метою даної роботи є виявлення проблемних моментів функціонування податку на нерухоме майно, відмінне від земельної ділянки та прогнозування можливих зміни у його законодавчому регулюванні.

У чинній редакції ПК України платниками даного місцевого податку є фізичні та юридичні особи, в тому числі нерезиденти, які є власниками об'єктів житлової та/або нежитлової нерухомості. Нововведенням є розширення бази оподаткування даного податку, а саме шляхом доповненням об'єкта оподаткування — нежитловою нерухомістю (п. 2 ст. 266 ПК України).

Відповідно до зазначеної «реформи» ПК України поповнився численними новаціями з приводу елементів податку на нерухоме майно, відмінне від земельної ділянки. Зазначимо основні з них:

1) доповнено перелік об'єктів житлової і нежитлової нерухомості, які не є об'єктом оподаткування, зокрема: а) будівлі промисловості; б) будівлі та споруди сільськогосподарського товаровиробництва;

2) переглянуті розміри житлової нерухомості фізичних осіб, на яку застосовуватимуться пільги зі сплати податку. База оподаткування зменшується:

- для квартири / квартир незалежно від їх кількості — на 60 кв. метрів;
- для житлового будинку / будинків незалежно від їх кількості — на 120 кв. метрів;
- для різних типів об'єктів житлової нерухомості, у тому числі їх частин (у разі одночасного перебування у власності) — на 180 кв. метрів;

3) ставка податку для об'єктів житлової та / або нежитлової нерухомості, встановлюється залежно від місця розташування (зональності) і типів таких об'єктів нерухомості в розмірі, що не перевищує 2 % розміру мінімальної заробітної плати за 1 кв. метр бази [2].

Проблемними залишаються організаційні моменти справляння даного податку. Для того, щоб оподаткування нежитлової нерухомості набрало дії, місцева рада повинна оприлюднити рішення про встановлення місцевих податків і зборів до 15 липня року, що передує бюджетному періоду, в якому планується застосування встановлюваних місцевих податків. В іншому разі норми відповідних рішень застосовуються не раніше початку бюджетного періоду, що настає за плановим періодом. Тож нелогічною є наявність норми в ПК України, яка встановлює ставку для нежитлової нерухомості у розмірі не більше 1% від мінімальної заробітної плати.

бітної плати за 1 кв. метр бази на 2015 рік (пункт 33 підрозділу 10 Розділу 20 ПК України), оскільки оподатковуватись така нерухомість може лише з 2016 року [5, с. 1].

Багато запитань викликає оновлений перелік об'єктів нерухомості, які не є об'єктами оподаткування (підп. 2 п. 2 ст. 266 ПКУ).

Експерти-податківці, зокрема, В. Гвоздій, П. Ходаковський, позитивно оцінюють виключення з об'єктів оподаткування будівель і споруд промисловості та сільського господарства, але вказують на проблеми, пов'язані з дефініціями даних понять. З аналізу дефініцій понять будівель і споруд (п. 1 ст. 14 ПК України), випливає, що основною для них є ознака — «призначені для використання». Тобто ПК України робить прив'язку до цільового призначення даних об'єктів, а не до факту їх використання за таким цільовим призначенням, що може спричинити махінації зі сплати податків [5, с. 3].

Також даний перелік не містить будівель соціального та культурного призначення небюджетної сфери, крім будівель дитячих будинків сімейного типу та об'єктів громадських організацій інвалідів, що виглядає непослідовним у державній соціальній політиці. Це впливає з Постанови КМУ «Про Методику розрахунку орендної плати за державне майно та пропорції її розподілу» від 4 жовтня 1995 р. № 786, в якій для об'єктів соціальної сфери передбачені ставки орендної плати нижчі, ніж для промисловості. Тож доцільним є включення її до об'єктів, які не підлягають оподаткуванню відповідно до підпункту 266.2.2, та виділення у положеннях ПК України у ст. 14 «нерухомість соціально-культурного призначення» в окрему підгрупу [7].

Що стосується житлової нерухомості, то в ПК України порушені принципи справедливості по відношенню до багатодітних сімей, оскільки до 01.01.2015 р. житлова нерухомість багатодітних сімей до об'єктів оподаткування не відносилась. Щоб вирішити дану проблему пропонується: а) повернути в перелік об'єктів, що не підлягають оподаткуванню, житлові площі багатодітних сімей; б) увести на законодавчому рівні норму, яка б встановлювала неоподаткований мінімум площі на кожну особу [8].

У подальшій перспективі вбачається необхідність імплементації міжнародного досвіду оподаткування нерухомості, відмінної від земельної ділянки, у національне законодавство, а саме застосування як бази оподаткування оціночної вартості житлової та нежитлової нерухомості. Так, у Швеції податкова ставка різниться залежно від типу споруди: для будинків, розділених на орендні квартири, вона становить 1,3 % від оціночної вартості

нерухомості, для комерційної нерухомості — 1,0 %, для об'єктів промисловості — 0,5 % [4]. У Німеччині податок на нерухомість накладається місцевою владою щорічно. Він накладається на податкову вартість майна за загальною федеральною ставкою, а результат множиться на місцевий коефіцієнт від 280 до 600 % (кінцева ставка становить від 1 до 2,1 % податкової вартості майна).

Для запровадження зарубіжного досвіду необхідно створити прозорі бази даних Державного реєстру речових прав на нерухоме майно, які будуть містити детальну характеристику нерухомості та її оцінку (як база оподаткування) [4].

Отже, оподаткування нерухомого майна, відмінного від земельної ділянки (нерухомості), є загальносвітовою практикою, оскільки це є невід'ємною складовою надходжень до місцевих бюджетів, що сприяє фінансовій забезпеченості регіонів. Податок на нерухомість в Україні запроваджено з багатьма недоліками, прогалинами та недоопрацюваннями. Для успішної реалізації цілей запровадження такого податку необхідно внести багато змін до ПК України, врахувавши зарубіжний досвід.

Література

1. Конституція України: Прийнята Верховною Радою України 28.07.1996 р. // Відомості Верховної Ради України. — 1996. — № 30. — Ст. 141.

2. Податковий кодекс України від 02.12.2010 № 2755-VI // Відомості Верховної Ради України (ВВР). — 2011. — № 13—14, 15—16, 17. — Ст. 112.

3. *Покатаєва О. В.* Роль місцевих податків і зборів у формуванні дохідної частини місцевих бюджетів в Україні / О. В. Покатаєва, П. С. Покатаєв // Держава та регіон. — 2015. — № 2. — С. 206—212.

4. *Т. Миськевич.* Зміни правил оподаткування нерухомості в Україні [Електрон. ресурс]. — Режим-доступу: http://nbuviap.gov.ua/index.php?option=com_content&view=article&id=817:nerukhomist&catid=8&Itemid=350.

5. *Ю. Лавреха.* Податок на нерухоме майно як негативний приклад «швидких реформ»/ Ю. Лавреха // Юридична газета онлайн. — 2015. — № 19. — С. 1/4—4/4.

6. *Ю. Мелько.* Податок на нерухомість в Україні: перспективи впровадження [Електрон. ресурс]. — Режим-доступу: http://www.city-institute.org/index.php?option=com_content&view=article&catid=&id=94%3A2010-07-28-13-53-18&Itemid=46.

7. *Я. Менчак.* Что следует знать о проблемах нынешнего налога на недвижимость [Електронний ресурс]. — Режим доступу: <http://vlasti.net/news/210766>.

ЯК ЗМУСИТИ ПОТЕНЦІЙНОГО РОБОТОДАВЦЯ ВЗЯТИ ВАС НА РОБОТУ?

З необхідністю шукати роботу стикається майже кожен — хоча б один раз у житті. У теорії усе виглядає просто, але на практиці на кожному етапі виникають свої «підводні камені», котрі можуть перешкодити Вам отримати роботу.

Тому це питання є актуальним, і ним займається багато дослідників, в основному ті, котрі працюють у галузі HR, серед них: Лу Адлер, Л. Райн, Т. Бредбері, Д. Хейден, А. Іткін, Н. Бредіхіна, Э. Бабанова, В. Ігнаткіна, С. Поляков та ін.

Метою даної роботи є розгляд найпоширеніших помилок при написанні резюме та проходженні співбесіди, перелік необхідних дій при підготовці до співбесіди та отримання результату.

Отже, процес отримання роботи можна умовно поділити на 4 ключові етапи:

1. написання і відправка резюме;
2. підготовка до співбесіди;
3. співбесіда;
4. отримання результату.

Всі знають, що таке резюме і для чого воно потрібно, але багато роблять помилки, яких краще уникати. Отже, чого не має бути в резюме? Це «смайлики»; навички, що не мають відношення до вакансії; жартівливі фото; брехня; граматичні помилки; хаотичність; нечитабельний текст; багато сторінок; непрофесійний е-мейл; завищена заробітна плата; дивні хобі.

Що ж чекає на другому етапі? Підготовку до співбесіди можна поділити на такі кроки:

1) Необхідно зібрати інформацію про потенційного роботодавця. Найпростіший спосіб — це використати Інтернет: необхідно вивчити офіційний сайт компанії: історію, стратегію, асортимент тощо; почитати відгуки про компанію і т.д.

2) Підготовка до запитань. Є 3 запитання, що найчастіше ставляться і на які роботодавець хоче отримати відповіді. До них слід бути готовим: чи зможете Ви виконувати роботу? чи буде Вам подобатись Ваша робота? Чи зможете Ви працювати в цьому конкретному колективі?

3) Підготовка до стрес-інтерв'ю. Стрес-інтерв'ю — це співбесіда, під час якої спеціально створюється нервова, напружена для

кандидата ситуація, щоб вивести його з рівноваги. Цей метод допомагає виявити такі якості як стресостійкість, комунікабельність, гнучкість поведінки і т.д.

Отже, коли Ви вже знаєте чого можна очікувати, Ви підготувалися і прийшли на співбесіду. Так от яких помилок варто уникати:

- не вимкнутий мобільний телефон;
- запізнення на співбесіду;
- неналежний зовнішній вигляд;
- брехня;
- незнання хоч якої-небудь інформації про компанію — потенційного роботодавця;
- надмірна зосередженість на собі;
- не можете відповісти на питання про Вашу кваліфікацію;
- недобррозичливий відгук про минулого роботодавця;
- невпевнена поведінка на співбесіді;
- зацикленість на грошах;
- некоректна поведінка, недотримання ділової етики;
- відсутність запитань до роботодавця тощо.

І на кінець, коли співбесіда вже позаду, скоріш за все Вам запропонували дочекатись відповіді, пообіцявши зателефонувати. Якщо ж очікування, на Ваш погляд, затягнулось, Ви можете самотійно зв'язатися з фірмою. Можливо, Ви отримаєте відмову (переконавшись в цьому, Ви зможете зосередити свої пошукові зусилля на інших об'єктах). А можливо, Ваш дзвінок дозволить керівникові фірми вирішити проблему вибору з безлічі кандидатів на Вашу користь.

Якщо Вам все-таки відмовили, не зневіряйтеся, тому що:

а) співбесіда, нехай і невдала, — це монетка в скарбничку Вашого досвіду;

б) роботодавці — теж люди і, як усі нормальні люди, можуть помилятися!

Література

1. <http://hh.ua/>
2. <http://forbes.ua/>
3. <http://ubr.ua/labor-market/ukrainian-labor-market/>
4. <http://www.superjob.ua/rabota/interview.html>
5. <http://www.work.ua/articles/jobseeker/>
6. <http://www.navigator.lg.ua/arts.php?mode=s&art=s0085>
7. <http://www.jobchase.ru/category/sobesedovanie>

ПРОБЛЕМИ ТА ДИНАМІКА РОЗВИТКУ ЕКСПОРТНОГО ПОТЕНЦІАЛУ АГРАРНОГО СЕКТОРУ ЕКОНОМІКИ УКРАЇНИ

Постановка проблеми. В сучасних умовах розвитку світового господарства для України є пріоритетним поглиблення зовнішньоекономічних зв'язків з країнами ЄС, проте для стабілізації позиції країни в системі міжнародних координат необхідна диверсифікація країн-партнерів з метою уникнення залежності від конкретного регіону. Країни Перської затоки є не вивченим регіоном, який міг би реалізувати експортний потенціал України.

Аналіз останніх досліджень і публікацій. Питанням становлення глобальної моделі розвитку, впливу глобалізації економіки на структурування і трансформацію ринкових відносин присвячено праці вітчизняних вчених: В. Андрійчука, Я. Базилюка, О. Білоруса, В. Будкіна, В. Власова, В. Губенка, А. Кредісова, Д. Лук'яненка та ін. Проблеми розвитку продовольчих ринків досліджували В. Андрійчук, В. Бойко, П. Гайдучський, Т. Зінчук та ін.

Метою дослідження є визначення пріоритетних ринків реалізації експортного потенціалу аграрного сектору України в кризових умовах та посиленні глобальних викликів.

Актуальність. Порушення стабільності та раптова криза в Україні змушують учасників ринку шукати нові напрями розвитку та диверсифікувати ринки збуту. Особливу увагу привертає аграрний сектор економіки, який характеризується потужним експортним потенціалом.

Виклад основного матеріалу дослідження. Нарощування і реалізація експортного потенціалу забезпечує господарську систему експортною виручкою і чим гостріші потреби, які здатна забезпечити ця виручка, тим більші обсяги ресурсів господарська система готова спрямувати на здійснення експорту, спрямованість та інтенсивність заходів управління експортним потенціалом будуть визначатися з огляду цілей використання валюти [2, 3].

Результати досліджень дозволяють визначити експортний потенціал аграрного сектору як реальну або латентну здатність економічного суб'єкта виробляти конкурентоспроможні товари та послуги, використовуючи при цьому власні і запозичені ресурси

¹Науковий керівник — д.е.н., професор кафедри міжнародної торгівлі Яценко Ольга Миколаївна

та реалізувати результати виробництва без шкоди для вітчизняного ринку. Зважаючи на це експортний потенціал української аграрної галузі базується на понад 32 млн га орних земель, 1/3 світового чорнозему, наявності робочої сили та природно-ресурсного потенціалу, продовження торговельних преференцій від ЄС. Виявлено, що аграрне виробництво завжди було сильною стороною економіки України. З рослинництвом у розмірі 52 %, експортом жирів та олій рослинного і тваринного походження 23 %, готовими харчовими продуктами на 19 %, живі тварини та продукти тваринного походження з часткою у 6 %.

Дослідженням встановлено, що Україна стала лідером світу за вирощуванням вишні та соняшникового насіння, займає третє місце за вирощуванням смородини [4]. Проте головними експортними категоріями є соняшникова олія, кукурудза та ячмінь. Вивчаючи аграрний сектор України був проведений PESTLE — аналіз країни. Він встановив, що безумовними перевагами розвитку аграрного сектора України є підписання угоди про асоційоване членство в ЄС і подовження преференцій до 2016 року, зростання кількості населення, що зайняте в сільському господарстві. Проте розвитку ринку заважає хитка політична система та відсутність економічних науково-обґрунтованих реформ, переважаання сировинного експорту, відсталість технічного обладнання, а також негативний інвестиційний імідж.

У дослідженні вивчено географічну структуру експорту України, де виокремлено три основні експортні регіони — це країни СНД, Європа та Азія, на які за даними 2011 р. на припадало 27,4 %, 27,1 і майже 33 % сільськогосподарського експорту відповідно [3]. У 2014 р. відбувся перерозподіл експорту і тепер СНД експортується 14 %, у Європу 27 %, в Азію 39 %. Тож Азія для України є перспективним ринком збуту, а основними імпортерами в регіоні є Індія, Китай, Туреччина та країни Перської затоки [2]. У результаті дослідження обґрунтовано та запропоновано регіон країн Перської затоки, як стратегічний напрям розвитку експортного потенціалу України. Значення цього регіону для України обумовлюється значним потенціалом і залежністю в середньому на 90 % від імпорту сільськогосподарської продукції.

У дослідженні був проведений SWOT-аналіз співпраці України з країнами Перської затоки. Дослідженням встановлено, що переваг більше ніж недоліків. Слабкими сторонами є особливості сертифікації, технічні стандарти, культурна дистанція і корупція в регіоні, тоді як сильними сторонами є відсутність квотування, висока купівельна спроможність, постійний приріст. Плюсами розвитку експорту това-

рів сільського господарства до країн Перської затоки є перспективи створення зони вільної торгівлі до 2018 року та використання реекспортного потенціалу Лівану. Загрозами для розвитку експорту є конфліктність регіону та необхідність розробки додаткових [1].

Висновок. У межах відносин України та країн Перської затоки, перша може очікувати залучення іноземних інвестицій, торгова співпраця дозволить диверсифікувати структуру експорту вітчизняних агропродовольчих товарів, а також розширить експортний потенціал України. Наразі держава може зберегти європейські ринки і географічно диверсифікувати азіатські, проте питання стабілізації політичної системи та збереження унітарності держави виходять на перший план у розвитку будь-якого сектору економіки.

Література

1. *Абумуфрех М.* Зовнішньоекономічні відносини України з країнами Перської затоки : дис. канд. ек. наук : 08.00.02 / Абумуфрех Мурад Махмуд Хасан. — Львів, 2014. — 203 с.
2. *Сайкевич М. І.* Експортний потенціал сільськогосподарських підприємств / М. І. Сайкевич, О. Д. Сайкевич. // Інноваційна економіка. — 2013. — №41. — С. 104–110.
3. *Яценко О. М.* Застосування графічних моделей для оцінки результатів Європейської інтеграції в аграрному секторі регіону / О. М. Яценко, М. І. Сайкевич // Наук. вісник Нац. аграр. ун-ту. — 2007. — Вип. 110; ч. 1. — С. 54—58.
4. FAOSTAT. — [Електронний ресурс]. — режим доступу: <http://faostat.fao.org>

Недавнія В. Р.

(ф-т інформаційних систем і технологій, магістрант)

СТАТИСТИЧНИЙ АНАЛІЗ ПОДАТКОВИХ НАДХОДЖЕНЬ ДО ДЕРЖАВНОГО БЮДЖЕТУ УКРАЇНИ

Одним із найважливіших питань сьогодення є трансформація податкової системи, яка повинна сприяти сталому розвитку національної економіки та забезпечувати зростання добробуту громадян. На сучасному етапі соціально-економічного розвитку України, що знаходиться під впливом наслідків світової економічної кризи, проблема пошуку резервів, що містяться у вітчизняній податковій системі, та їх залучення до бюджетної системи особливо актуалізувалася [3].

Податковий вплив на економіку потребує контролюваності, чіткої спланованості, системності та прогнозованості управлінських рішень. Обсяги та структура наповнення бюджету податковими платежами визначають методами бюджетної, у тому числі податкової статистики. Всебічний статистичний аналіз податкових надходжень забезпечує підвищення значимості інформації та її аналітичної цінності при прийнятті управлінських рішень органами державної влади [3].

У ході проведеного дослідження було отримано такі висновки.

Податкові надходження до Державного бюджету України за 2007—2013 рр. зростали, проте невеликими темпами, за винятком 2009 та 2010 років. У 2009 році прослідковувався спад податкових надходжень на 36071,4 млн грн або на 21,49 %. Ситуація станом на 2013 рік дещо покращилася, але цілком не забезпечує потреб бюджету України. Податкові надходження у 2013 році зросли на 29967,5 млн грн або на 11,46 % порівняно з 2012 роком. У середньому за період податкові надходження до Державного бюджету зросли на 29150,3 млн грн або 13,9 %.

Рівень податкового навантаження в Україні за досліджуваний період постійно змінювався. Якщо аналізувати тенденцію за 2009—2010 рр., то слід відмітити, що відбувалось зменшення податкового навантаження. Однак, як свідчать розрахунки з 2011 року податкове навантаження почало збільшуватися і у 2013 році досягнуло найвищого рівня — 20,0 %.

Проаналізувавши діючу систему оподаткування в Україні, можна зробити висновок, що в порівнянні із розвинутими країнами показник податкового навантаження в нашій державі є середнім, тоді як громіздкість системи обов'язкових платежів і складність адміністрування податків і зборів відводить негативно впливає на підприємництво та інвестиційну активність і, як наслідок, призводить до зменшення сукупних податкових надходжень.

Досліджено податковий потенціал регіонів України. Найбільший індекс податкового потенціалу територій припадає на Дніпропетровську, Донецьку та Київську області.

Вивчення індексу податкового потенціалу територій сприятиме підвищенню фінансової самостійності місцевих органів влади. Комплексне впровадження запропонованих коефіцієнтів податкових можливостей та індексу податкового потенціалу територій забезпечить зниження диспропорцій соціально-економічного розвитку регіонів країни, створить ефективну систему оцінки реальних доходних можливостей і потреб місцевих органів влади [3].

Метою реформування податкової політики України є зміна податкової системи для забезпечення стабілізації економіки і насамперед матеріального виробництва, підвищення його ефективності і на цій основі забезпечення доходів державного бюджету та забезпечення соціально-культурного розвитку держави [2].

Основними напрямками реформування податкової політики України є:

- 1) удосконалення законодавства у сфері оподаткування, а саме корегування Податкового Кодексу України;
- 2) покращення системи адміністрування податків і зборів;
- 3) зміна ставок податків і зборів, а також приведення структури податків до оптимальної;
- 4) забезпечення рівномірного податкового навантаження серед усіх платників податків;
- 5) збільшення податкової бази із значної кількості ефективних податків;
- 6) зменшення податкових витрат [1].

Реформування податкової політики країни дозволить покращити відносини підприємств, громадян країни з державою і значною мірою вплине на економічну і соціальну ситуацію у країні.

Література

1. Гармонізація податкового законодавства : українські реалії : монографія / [Білецька Г. М., Кармаліта М. В., Куц М. О. та ін.]. — К.: Алерта, 2012. — 222 с.
2. *Крисоватий А. І.* Домінанти гармонізації оподаткування: національні та міжнародні вектори: монографія / А. І. Крисоватий, В. А. Валігура. — Тернопіль: Підручник і посібник, 2010. — 248 с.
3. *Мельник О. Я.* Індикатори рівня розвитку національних податкових систем /О. Я. Мельник // Вісник Хмельницького національного університету. — 2010. — №4. — Т. 1. — С. 114—119.

Нікіпольська К. В. (юридичний ф-т, IV курс)

ПЕРСПЕКТИВА ЗАПРОВАДЖЕННЯ ПАТЕНТНИХ СУДІВ В УКРАЇНІ

Важливість створення розвиненої системи охорони інтелектуальної власності визначено обраною на загальнодержавному рівні стратегією інноваційного розвитку економіки, що має спира-

тися, насамперед, на вітчизняний інтелектуальний капітал [3]. Проте наразі рівень піратства, плагіату та інших порушень є настільки високим, що у 2013 році Україна очолила так званий «Список 301» [12], тому питання захисту порушених прав у цій сфері набуває особливої актуальності.

Спори в контексті прав інтелектуальної власності поділяються на дві групи: про визнання результату творчої діяльності об'єктом інтелектуальної власності; про порушення прав інтелектуальної власності.

Коли ми говоримо про використання суб'єктами підприємницької діяльності у господарському обороті об'єктів інтелектуальної власності, йдеться про юрисдикцію господарського суду [1, 6, 7]. Також, виключно господарським судам України підвідомчі справи з іноземним елементом, якщо спір пов'язаний з оформленням права інтелектуальної власності, яке потребує реєстрації чи видачі свідоцтва (патенту) в Україні [2, 6].

Розгляд спорів у порядку господарського судочинства супроводжується низкою ускладнень. Оскільки, зазначені спори можуть вирішуватись в адміністративному або у судовому порядкух, розмежування юрисдикції щодо розгляду даної категорії справ у правозастосовчій практиці вирішується неоднозначно та породжує розрізнену судову практику.

Наступною проблемою є відсутність відповідної освіти або спеціальних знань у сфері інтелектуальної власності у суддів. Так, це питання частково вирішується за допомогою інституту судової експертизи, але незважаючи на рекомендацію Вищого господарського суду України призначати експертизи при розгляді господарськими судами спорів у сфері інтелектуальної власності [8], проведення будь-якого експертного дослідження не може перетворюватися на самоціль і повинно мати місце лише у тих випадках, коли цього справді потребують обставини справи. Вказане може бути змінено внаслідок запровадження в судову систему України ланки спеціалізованих судів у сфері інтелектуальної власності, так званих «патентних судів».

Перш ніж говорити про можливі засади діяльності таких судів, вважаємо доречним звернутися до світової практики. Патентні суди функціонують у багатьох розвинених країнах світу, таких як Австрія, Велика Британія, США, Швеція тощо. Детальніше розглянемо їх діяльність на прикладі Федерального патентного суду Німеччини. До його функцій належать заслуховування апеляцій на рішення, ухвалені німецьким відомством по патентам і торговим знакам щодо реєстрації або відмови в реєстрації пате-

нтів або товарних знаків, а також розгляд позовів, пов'язаних з функціонуванням патентів. Водночас справи щодо порушення прав промислової власності підвідомчі загальним цивільним (земельним) судам [9, с. 55]. Судовий розгляд у Федеральному патентному суді Німеччини відбувається за участі колегії суддів, що мають відповідну професійну кваліфікацію [11].

Ідея створення патентного суду в Україні обговорюється протягом тривалого часу, вперше про нього згадується в Указі Президента України «Про заходи щодо охорони інтелектуальної власності в Україні» 2001 року [4]. Про необхідність створення спеціалізованого Суду з питань інтелектуальної власності зазначено й у Концепції розвитку державної системи правової охорони інтелектуальної власності на 2009—2014 роки [5].

До відання судових органів патентної юрисдикції України видається доцільним віднести всі спори, що виникають у сфері інтелектуальної власності та вирішуються сьогодні в порядку цивільного, господарського та адміністративного судочинства. До підвідомчості подібних судів доцільно було б віднести й спори, які стосуються недобросовісної конкуренції у сфері прав на об'єкти інтелектуальної власності та вирішуються за участю Антимонопольного комітету України.

З огляду на незначну, в порівнянні з іншими категоріями справ, кількість судових спорів у сфері інтелектуальної власності, оптимальним варіантом організації роботи патентних судів могло б бути створення місцевих патентних судів в округах, до яких доцільно включити кілька областей та Апеляційного патентного суду в м. Києві [10, с. 229]. Варто зазначити, що створення спеціалізованих судів з розгляду справ у сфері інтелектуальної власності (та економічної конкуренції), безперечно зумовить необхідність розробки спеціального законодавчого акта, що буде встановлювати організаційні та процесуальні засади їх діяльності.

Створення патентних судів забезпечує низку переваг: вирішення конфлікту юрисдикцій; зосередження досвіду вирішення усіх спорів, що виникають у сфері інтелектуальної власності в межах однієї судової інстанції та формування єдиної судової практики; скорочення часу та витрат сторін спору; оперативний захист прав та охоронюваних законом інтересів суб'єктів спірних правовідносин; можливість об'єднання позовних вимог сторін, які виникають в межах одного спору, але відповідно до законодавства повинні розглядатись у порядку різного судочинства; зменшення загального навантаження на суддів.

Отже, запровадження в Україні патентного судочинства є безумовно складним завданням, але, все ж таки, створення спеціалізованого патентного суду є необхідним кроком на шляху удосконалення існуючої судової системи України та створення дієвого механізму захисту прав інтелектуальної власності.

Література

1. Господарський процесуальний кодекс України від 06.11.1991 // Відомості Верховної Ради України. — 1992. — № 6. — Ст. 56.
2. Закон України «Про міжнародне приватне право» від 23.06.2005 // Відомості Верховної Ради України. — 2005. — № 32. — Ст. 422.
3. Постанова ВРУ «Про Рекомендації парламентських слухань «Захист прав інтелектуальної власності в Україні: проблеми законодавчого забезпечення та правозастосування» від 27.06.2007 № 1243-V.
4. Указ ПУ «Про заходи щодо охорони інтелектуальної власності в Україні» від 27.04.2001 № 285/2001.
5. Розпорядження КМУ «Про затвердження Концепції розвитку національної системи правової охорони інтелектуальної власності Кабінет Міністрів України» від 13.06.2002 № 321-р.
6. Постанова ВГСУ «Про деякі питання практики вирішення спорів, пов'язаних із захистом прав інтелектуальної власності» 17.10.2012 № 12.
7. Постанова ВГСУ «Про деякі питання підвідомчості і підсудності справ господарським судам» від 24.10.2011 № 10.
8. Постанова ВГСУ «Про деякі питання практики призначення судових експертиз у справах зі спорів, пов'язаних із захистом права інтелектуальної власності» від 23.03.2012 № 5.
9. *Андрощук Г.* Спеціалізовані суди з питань інтелектуальної власності як стимул економічного розвитку // Інтелектуальна власність. — 2008. — № 1. — С. 53–61.
10. *Пархомчук С. О.* Шляхи впровадження в судову систему України органів патентної юрисдикції // Часопис Київського університету права. — №2. — 2012. — С. 228 — 231.
11. Аналітичний звіт Комітету з інтелектуальної власності Європейської Бізнес Асоціації / В центрі уваги: захист прав інтелектуальної власності в судовому порядку // Електронний ресурс — [режим доступу] — www.eba.com.ua/files/documents/IPR_web_2008_UKR.pdf — п. 5
12. United States Trade Representative Demetrios Marantis Office of the United States Trade Representative Report «2013 Special 301 Acting». — [режим доступу] — <https://ustr.gov/sites/default/files/05012013%202013%20Special%20301%20Report.pdf>

СИСТЕМА МОТИВАЦІЇ ЯК ІНСТРУМЕНТ КОНТРОЛІНГУ ПОВЕДІНКИ

На сьогоднішній день у кожній компанії з кількома рівнями управління чи окремими сегментами бізнесу індивідууми, які відповідальні за прийняття рішень, часто вдаються до опортуністичної поведінки, тобто до максимізації власної вигоди за рахунок інших. Причинами цього є наявні конфлікти інтересів та асиметричний розподіл інформації. Важливим інструментом контролінгу поведінки при вирішенні проблеми опортуністичної поведінки менеджменту та персоналу є система мотивації та матеріальної винагороди.

Узагальнено система мотивація складається з таких компонентів:

- форма винагороди: матеріальна (грошова) і нематеріальна;
- спосіб вимірювання результатів діяльності;
- функція матеріальної винагороди, тобто залежність між результатами діяльності агента та обсягами його матеріальної винагороди [1].

Побудова оптимальної системи мотивації повинна бути направлена на максимізацію ефекту, отриманого від впровадження системи мотивації, що є різницею між корисністю від її впровадження та витратами на її побудову та функціонування.

Основними завданнями, що ставить перед собою система мотивації як інструмент контролінгу поведінки, є максимізація показників результативності діяльності і надання коректної інформації щодо рівня досягнення заданих показників.

Для вирішення першого завдання має бути побудована така система мотивації та оплати праці, яка уможлиблює для власників довгострокове збільшення вартості компанії. Це можливо досягти шляхом впровадження варіаційної системи оплати праці, системи оплати праці орієнтованої на курс акцій тощо. Перспективним, на наш погляд, є варіаційна оплата праці, що має створюватися з урахуванням таких перспектив:

О показники оцінювання, що максимально орієнтуються на вартість компанії (вартісно-орієнтовані — EVA, CVA, MVA). Комбінації з кількох показників надається більша перевага при визначенні бази оцінювання оплати праці;

О часова перспектива: спрямування поведінки менеджера на довгостроковий успіх, на базі різних оцінок і нарахувань основної винагороди та бонусів у різні роки;

О існування системи бонус-малус, що варіює винагороду менеджера залежно від його результату як позитивного, так і негативного [2].

Однією з варіаційних систем оплати праці, що включає усі задані перспективи, є система бонус-банк. Суть бонус-банку полягає у розподілі преміальних виплат протягом кількох періодів, які зменшуються чи збільшуються залежно від досягнутого результату менеджера, що довгостроково буде забезпечувати зростання вартості компанії.

Для вирішення завдання надання коректної інформації менеджерами система мотивації може включати спеціальні схеми мотивації як індивідуальні (системи мотивації за Вайтцманом та Осбандом-Райхельштайном), чи колективні (метод участі в результатах, механізм Гроувса).

Індивідуальна схема мотивації за Вайтцманом, яка стверджує, що винагорода керівника відділу є функцією залежності від результативності діяльності та коректності поданої ним інформації. Вайтцман довів, що з позиції максимізації винагороди, оптимальним варіантом для керівника буде подання коректної звітності. Якщо звітні дані будуть нижчими, ніж фактичні, він отримує бонус, однак, величина цього бонусу буде меншою, ніж частина бонусів за коректні звітні показники результативності [1].

Індивідуальна схема мотивації за Осбандом-Райхельштайном, також доводить, що подання коректної звітності буде вести до максимізації винагороди керівника відділу. Проте на відміну від системи мотивації за Вайтцманом, дана схема враховує фактор ризику нечіткого прогнозу результату [3].

Слід зазначити, що має місце те, що при обмежених ресурсах керівники, наприклад, різних відділів, будуть намагатися подавати спотворену звітність для збільшення своєї винагороди. Для врахування проблеми обмеженості ресурсів при розробці систем мотивації використовують такі методи: *метод участі в результатах (ProfitSharings)*, за яким мотивація до подання коректної звітності здійснюється при максимізації принципалом винагороди агента залежно від його звіту, лише колиусі агенти будуть звітувати коректно; та *механізм Гроувса (GrovesMechanismus)*, за яким, на відміну від методу участі в результатах, на функцію винагороди агента, не буде впливати звітність інших агентів завдяки більш гнучкій системі оплати праці [3].

Для успішного дії системи мотивації на менеджерів недостатньо використовувати тільки зовнішні (матеріальну винагороду) фактори мотивації. На наш погляд, до ефективної системи моти-

вації слід включити також включити забезпечення внутрішніх факторів мотивації.

Отже, у результаті проведеного дослідження, на нашу думку, можна зробити висновок, що критеріями складання ефективної системи мотивації мають бути:

1. наявність варіаційної системи оплати праці (вартісно-орієнтовні показники оцінки, часова перспектива, бонус-малус);
2. наявність схеми мотивації задля надання агентом коректної звітності (індивідуальної, чи колективної);
3. забезпечення внутрішніх факторів мотивації, таких як:
 - a. ResultsOnlyWorkEnvironment, 20 % творчого часу;
 - b. надання можливості професійного зростання;
 - c. встановлення суспільно значущих цілей.

Література

1. Контролінг поведінки у концепції біхевіористичних фінансів / О. О. Терещенко // Фінанси України. — 2011. — № 10. — С. 104—116.
2. Ausgewählte Aspekte der Vorstandsvergütung in börsennotierten Unternehmen / A. Achleitner, M. Wolff / Zeitschrift für Corporate Governance, №3, 2010
3. Managing Motivation, Frey, B.S. / Osterloh, M. 2. Aufl., Wiesbaden 2002.

Павлюк Р. П., Сухомлин Б. А.,

(ф-т міжнародної економіки і менеджменту, I курс)

ІГРОМАНІЯ ТА КОМП'ЮТЕРНА ЗАЛЕЖНІСТЬ МОЛОДІ: НАДУМАНІ ПРОБЛЕМИ ЧИ РЕАЛЬНІ ЗАГРОЗИ?

У сучасному суспільстві проблема комп'ютерно-ігрової залежності є «епідемією ХХІ століття», особливо актуальною серед молоді. Багато підлітків почали використовувати всесвітню мережу не лише для пошуку інформації, а як спосіб життя, який пізніше назвали віртуальним. Комп'ютерна залежність має драматичний вплив на свідомість і підсвідомість особистості, особливо у підлітковому віці. Ігроманія часто призводить до неконтрольованих фінансових витрат, приступів агресії, навіть до фатальних наслідків. Залежність від комп'ютерних ігор може залишити ва-

жкий відбиток на психіці людини. Особистість деградує, стає антисоціальною, агресивною, неконтрольованою.

Вчені виокремлюють три стадії ігроманії:

Перша стадія — більш-менш легкий розлад, людина перестає займатися всім іншим, віддаляється від родичів і друзів, залишаючи пріоритет за «всесвітньою павутиною» чи грою.

Друга стадія — симптоми нарастають, якщо людину силою відлучити від мережі чи гри, вона переживатиме почуття, схожі на муки наркомана, якому не дали чергову дозу; порушується увага, знижується працездатність, з'являються нав'язливі думки, безсоння.

Третя стадія — соціальна дезадаптація, стан депресії призводить до серйозних конфліктів у школі, вузі, на роботі, в сім'ї. Сильні, вольові особистості ще можуть спробувати перемкнути свою увагу на щось інше, наприклад, знайти цікаве заняття, роботу. Слабшим нічого не залишається, окрім як звернутися по допомогу до фахівців.

Комп'ютерно-ігрова залежність набуває масштабів епідемії у ХХІ столітті, як пухлина, вона поступово захоплює людський мозок і призводить до його деградації. Логічно виникає питання, як її можна лікувати. На даний час у деяких країнах створюються і функціонують певні медичні установи і програми, що здійснюють лікування та профілактику ігрової залежності.

Наприклад, в Англії, на базі реабілітаційного центру Broadway Lodge, відкрито відділення, що спеціалізується на роботі з ігроманами. Міністерство культури і спорту Південної Кореї розробило програму Nighttime Shutdown, покликану боротися з ігровою залежністю, якою страждають більше 2 мільйонів користувачів у країні. У Китаї, де згідно з аналітичними даними близько 13 % користувачів Світової павутини залежні від онлайн-ігор або Інтернету, відкрито літній реабілітаційний табір.

В Україні, на превеликий жаль, ігроманія та комп'ютерна залежність на державному рівні не вважаються загрозою взагалі. Тому комп'ютерно залежний українець може отримати висококваліфіковану допомогу лікарів за кордоном або самостійно звернувшись до професійних психологів, психіатрів, психотерапевтів.

Безумовно, ігроманія та комп'ютерна залежність — виліковні хвороби. При інтенсивній терапії і догляді лікарів, залежна людина має всі шанси найближчим часом знову вести нормальний спосіб життя. Але все ж таки краще оминати цю комп'ютерну епідемію, не зустрічаючись з нею віч-на-віч.

Ми готові запропонувати імунітет проти комп'ютерно-ігрової залежності:

1. Не використовуйте комп'ютер і не грайте довго без перерви.
2. Відволікайтеся від комп'ютера, гри при кожній слушній нагоді.

3. Поза ігровим, комп'ютерним часом обов'язково займайтеся активним видом спорту та іншими цікавими заняттями (хобі, творчість, музика, література, мистецтво, театр, танці, спів, читання, малювання, конструювання, вишивка, в'язання, плетіння, моделювання).

4. З'ясуйте першопричину комп'ютерно-ігрової залежності. Найчастіше вона виникає на ґрунті якихось незадоволених потреб. Якщо Ви або знайома Вам людина надмірно захопилася грою, спробуйте з'ясувати, що Ви або вона одержує, годинами просиджуючи в прокурених залах або вдома за монітором. Можливо, відчуття власної повноцінності, компенсацію відсутності близькості в сім'ї, можливість витратити гроші або забуття?!

5. Зверніться до професійного психолога, психотерапевта чи психіатра, щоб скласти програму позбавлення від залежності, і бажано, щоб все оточення: сім'я, друзі — допомагали людині в цьому.

Література

1. *Выгонский С. И.* Обратная сторона Интернета. Психология работы с компьютером и сетью. — М.: Феникс, 2010. — 320 с.

2. *Иванов М.* Формирование зависимости от ролевых компьютерных игр. — <http://flogiston.ru/articles/netpsy/gameaddict>

3. *Литовченко І. В., Максименко С. Д., Болтівець С. І., Чепа М.-Л. А., Бугайова Н. М.* Діти в інтернеті: як навчити безпеці у віртуальному світі. — К.: Видавництво: ТОВ «Видавничий будинок «Аванпост-Прим», 2010. — 48 с.

4. *Пан А. С.* Укрощение цифровой обезьяны. — М.: АСТ, 2014. — 319 с.

Пасічник А. Г. (ф-т економіки та управління, магістрант)

ДИВЕРСИФІКАЦІЯ ЗОЛOTOВАЛЮТНИХ РЕЗЕРВІВ ЯК ІНСТРУМЕНТ ВАЛЮТНОГО РЕГУЛЮВАННЯ НБУ

На кінець літа 2011 року обсяг золотовалютних резервів НБУ становив понад 38 млрд дол. США — рекордний показник за всю історію незалежності України. За 4 роки вони скоротились майже на 33 млрд дол. США. Розглянемо детальніше причини негативної динаміки та зміну структури резервів НБУ.

Диверсифікація валютних резервів — це інструмент НБУ, який передбачає регулювання структури офіційних валютних резервів шляхом включення до їхнього складу іноземних валют різних країн. Механізм застосування даного інструменту передбачає, як правило, продаж нестабільних валют і купівлю більш стійких валют шляхом девізної політики (валютних інтервенцій).

У 2013 році виконання зовнішніх зобов'язань держави було визначальним чинником впливу на динамку міжнародних резервів: їх обсяг зменшився на 4,1 млрд дол. США — до 20,4 млрд дол. США (рис. 1).

У квітні 2014 року Україна і МВФ розпочали реалізацію дворічної програми «Stand-by» обсягом 17 млрд дол. США. Сукупно, в 2014 році Україна отримала від МВФ два кредитних транші обсягом 4,6 млрд дол. США.

Незважаючи на підтримку МВФ, за результатом 2014 року обсяг золотовалютних резервів зменшився майже на 12,9 млрд дол. США або на 63,1 % і склав 7,533 млрд дол. США. Причинами негативної динаміки була підтримка розрахунків НАК «Нафтогаз України», погашення та обслуговування державного боргу, номінованого в іноземній валюті, а також проведення інтервенцій на міжбанківському валютному ринку.

У січні 2015 року обсяг міжнародних резервів зменшився ще на 1,1 млрд дол. США, або на 14,8 % — до 6,4 млрд дол. США. (рис. 1). При цьому чисті міжнародні резерви становили лише 1,1 млрд дол. США.

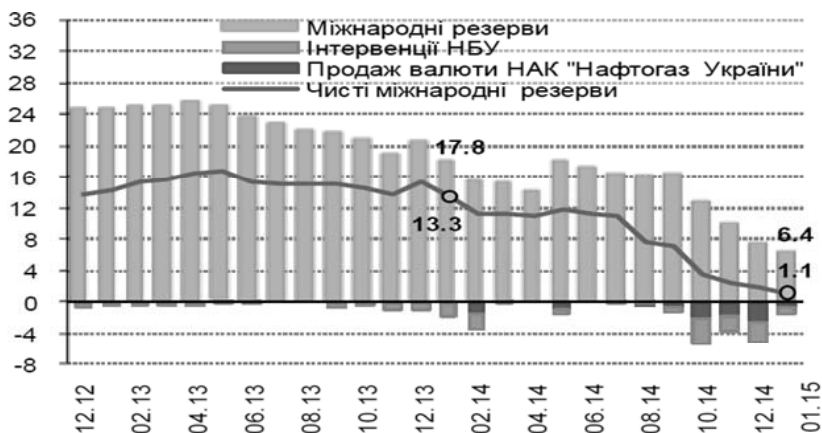


Рис. 1. Міжнародні резерви та валютні інтервенції НБУ [1, с. 22]

Найпоширенішим в міжнародній практиці критерієм достатності золотовалютних резервів є покриття ними тримісячного обсягу імпорту країни.

За підсумком 9 місяців 2014 року сукупний обсяг імпорту склав 49,82 млрд дол. США. Таким чином, середній тримісячний обсяг імпорту відповідає приблизно 16,6 млрд дол. США, що і є мінімальним достатнім обсягом резервів, на який має орієнтуватись регулятор [2, с. 8].

На початок березня 2015 року обсяг валютних резервів склав 5,6 млрд дол. (покривають лише 1 місяць імпорту). Слід зазначити, що у березні 2015 року Рада директорів МВФ схвалила надання Україні спеціальних прав запозичення (СПЗ) на суму близько 17,5 млрд дол. у рамках нової програми розширеного фінансування (Extended Fund Facility, EFF).

Тому, до кінця 2015 року Національний банк України розраховує на зростання золотовалютних резервів до 17 млрд дол. США за рахунок реалізації зазначених програм.

Окрім фізичного вичерпування золотовалютних резервів НБУ, за останні 5 років значно знизилась питома частка валюти у їх складі, що свідчить про те, що відбувались також негативні структурні зрушення щодо їх ліквідності — частка валюти у загальній структурі зменшилась із 41 % до 21 % (рис. 2).

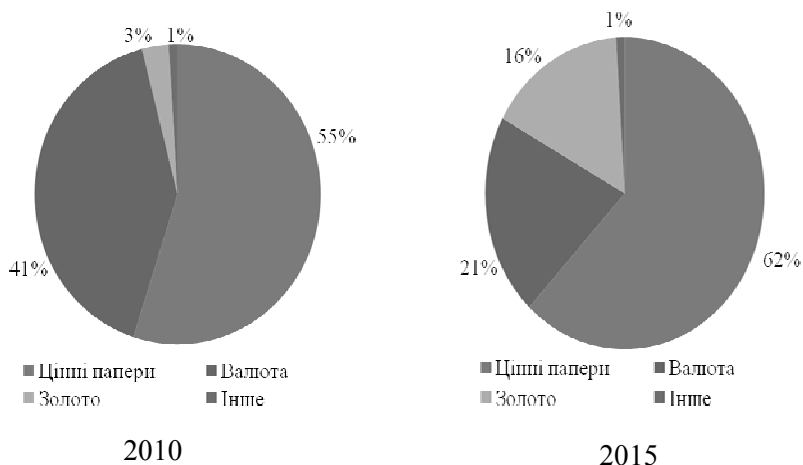


Рис. 2. Структура золотовалютних резервів НБУ в 2010 та 2015 рр. [3]

Враховуючи фактори, що впливають на рівень офіційних валютних резервів (стан платіжного балансу, режим валютних обмежень, інвестиційний клімат, девізна політика, режим валютного курсу), реальні прогнози на 2015—2016 рр. є вкрай негативними. Тому Національному банку, в першу чергу, необхідно підвищувати ефективність девізної політики (за останні 5 років загальний обсяг від'ємних інтервенцій з від'ємним сальдо досягнув позначки у 27,5 млрд доларів США). Окрім того, дуже важливо оптимізувати структуру резервів, зосередившись на ліквідному активі — валюті.

Література

1. Макроекономічний та монетарний огляд, лютий 2015 року, НБУ, 2015. Режим доступу: <http://www.bank.gov.ua/doccatalog/document?id=14994179>
2. Національне рейтингове агентство «Рюрік». Аналітичний огляд валютного ринку України за підсумками 2014 року. Режим доступу: http://www.rurik.com.ua/documents/research/Currency_market_review_4_2014.pdf
3. Складено на основі: Стан міжнародних резервів та ліквідність в іноземній валюті [електронний ресурс] / Національний банк України, 2015. Режим доступу: http://www.bank.gov.ua/control/uk/publish/article?art_id=72631

Пилипенко Я. В. (фінансово-економічний факультет, IVкурс)

ПОДАТКОВЕ НАВАНТАЖЕННЯ В УКРАЇНІ ЯК КРИТЕРІЙ ОЦІНКИ ПОДАТКОВИХ РЕФОРМ

Уряд України оголосив про початок проведення масштабних реформ направлених на детінізацію економіки та зменшення податкового тиску на платників податків [1]. Реформування податкової системи передбачало скорочення податків з 22 до 11 та збільшення ставки за деякими з них. Зокрема, ліквідували неефективні «неліквідні» податки, такі як збір на розвиток виноградарства, садівництва та хмелярства.

Запропоновані заходи, по суті, не є реформами, які повинні змінити систему суспільно-політичних і економічних відносин у державі, а є лише «косметичними діями» без системних змін. Перегрупкування та/або об'єднання податків не може вважатися зменшенням податкового навантаження, податкова база навпаки

збільшилась, не кажучи вже про збільшення податкових ставок по окремих позиціях.

Тому, навіть сьогодні, акцент у податковій політиці України робиться на фіскальній функції податків, а їх регулююча функція мінімізована. Недосконалість діючого механізму адміністрування податків зумовлює низький ступінь реалізації їх фіскального потенціалу та призводить до значного податкового навантаження на менш заможні верстви суспільства, а функціонування тіньової економіки, яка за різними оцінками становить більше 60 % ВВП, до нерівномірного його розподілу, що є однією з найістотніших перешкод на шляху до стабілізації економіки, підвищення добробуту, рівня і якості життя населення.

Слід зауважити, що між рівнем тіньової економіки і рівнем податкового навантаження немає чіткого взаємозв'язку, про який так часто зазначають науковці. Так, частка податкових надходжень Зведеного бюджету України у 2004–2014 рр. становить 18–29 % ВВП, що є значно нижчим від показників європейських країн. Тоді як, найбільша частка податків у ВВП характерна для Канади (36,6 %), Італії (38,9 %), Австрії (40,4 %), Франції (43 %), Данії (47 %), Швеції (53 %) [2, с. 63–71].

Запропоноване реформування єдиного соціального внеску (ЄСВ) фактично нівелює обіцянки уряду щодо зменшення податкового тиску на заробітну плату та її вихід «з тіні». Фактично реальне податкове навантаження на заробітну плату не знизилось, а навпаки зросло. Виконати критерії для застосування понижуючого коефіцієнту ЄСВ для підприємств є нереалістичним, тому для тих, хто працював «у тіні», немає сенсу легалізувати заробітні плати. Зниження чинного порогу оподаткування пенсій до трьох мінімальних зарплат (3564 грн) і оподаткування суми, що його перевищує, за ставкою 15 % буде знову стимулювати зростання заробітних плат «у конвертах».

Світовий досвід показує, що при використанні правильного підходу, податок на нерухоме майно може стати однією із вагомих статей доходної частини бюджету. Зокрема, бюджету Російської Федерації цей податок приносить 9 % від усіх надходжень, у Канаді — до 81 % надходжень місцевих бюджетів, від 10 % до 70 % — у США [2, с. 123–131]. Податок на нерухоме майно є винятково місцевим податком у країнах ЄС, хоча його граничні ставки визначаються на центральному рівні.

Намагання змістити акценти в оподаткуванні на оподаткування майна є вірним, але відповідно до запроваджених механізмів малоефективним кроком [3]. Головним недоліком оновленого

податку на майно є неврахування при оподаткуванні вартісної (ринкової) оцінки об'єктів оподаткування. Не важко спрогнозувати, що основний податковий тягар ляже на плечі середнього класу.

Пасивні доходи (відсотки, інвестиційний прибуток, роялті) також підлягають оподаткуванню за диференційованими залежно від суми ставками: 15–20 % [4]. Оподаткування пасивних доходів – це нормальна світова практика, однак запровадження її сьогодні в Україні є недоцільним і стимулює людей ще більше забирати свої заощадження з банків.

Крім того, у результаті розрахунків встановлено, що досить щільний прямий зв'язок податкового навантаження існує з податковими надходженнями Зведеного бюджету ($r = 0,72$), динамікою ВВП ($r = 0,65$) та чинниками, які через неможливість їх кількісного виміру, можуть бути виражені через часову координату (схильність до ухилення, рівень податкової культури, політичні чинники тощо) ($r = 0,63$).

За результатами проведеного аналізу встановлено, що в 1 кварталі 2015 року частка податків (з ЄСВ) у ВВП становила 34,8 %, що майже на 1,6 в.п. більше ніж за аналогічний період 2014 року, зростання відбулося за рахунок збільшення частки податків на споживання (ПДВ і акцизний податок) у структурі податкових надходжень Зведеного бюджету. Зростання державних видатків на погашення державного боргу, фінансування АТО, допомога переселенцям з окупованих територій, відновлення інфраструктури Донбасу і економіки в цілому вимагає додаткових фінансових ресурсів, залучення яких призведе до зростання податкового навантаження на легально працюючих суб'єктів господарювання, що підтверджує виявлену тенденцію.

Нерівномірне податкове навантаження в країні призводить до зниження економічної активності та її тінізації. Істотно знизити податковий тягар і збільшити санкції за ухилення – це лише одна сторона питання. Комплексні чинники по боротьбі з тіньовою економікою: а) вигоди від ухилення, які визначаються не тільки ставкою, але і послугами наданими взамін податків; б) ймовірність виявлення шахрайства та зниження корумпованості системи; в) розмір санкцій.

Заходи щодо реформування податкової системи України повинні бути досягнуті шляхом: 1) активізації боротьби з корупцією, тіньовою економікою, ухиленням від сплати податків; 2) вдосконалення механізму адміністрування податків та надання податкових пільг; 3) підвищення якості послуг, що фінансуються

за рахунок зібраних податків; 4) удосконалення управління видатковою частиною бюджету.

Література

1. Податкова реформа в Україні: всі пропозиції Яценюка [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://news.finance.ua/ua/news/~/331612>
2. Крисоватий А. І. Домінанти гармонізації оподаткування: національні та міжнародні вектори: монографія / А. І. Крисоватий, В. А. Валігура. – Тернопіль: Підручники і посібники. — 2013. — 248 с.
3. Сибірянська Ю. В., Кондратенко М. Б. Нова модель податкової системи України: перерозподіл податкового навантаження / Ю. В. Сибірянська, М. Б. Кондратенко // Бізнесінформ. — 2014. — № 7 [Електронний ресурс]. — Режим доступу: http://businessinform.net/pdf/2014/7_0/276_283.pdf
4. Податковий кодекс України від 02.12.2010 № 2755-VI, редакція від 10.04.2015 [Електронний ресурс]. — Режим доступу: <http://zakon4.rada.gov.ua/laws/show/2755-17>
5. Кушнірчук Ю. М. Оптимізація рівня фіскального навантаження з метою економічного забезпечення держави / Ю. М. Кушнірчук // Науковий вісник НЛТУ України. — 2014. — Вип. 20.11. — С. 161—169.

Пляшко О. І. (обліково-економічний ф-т, магістрант)

ОБЛІКОВЕ ЗАБЕЗПЕЧЕННЯ УПРАВЛІННЯ ДЕБІТОРСЬКОЮ ЗАБОРГОВАНІСТЮ

Одним із факторів, який суттєво впливає на основні фінансово-економічні показники суб'єкта господарювання є дебіторська заборгованість, а саме висока частка непогашених боргів за реалізовану готову продукцію, товари, роботи, послуги у діяльності підприємства. З метою забезпечення стабільної операційної діяльності суб'єкта господарювання актуальним є впровадження на підприємстві ефективної системи управління дебіторською заборгованістю. Водночас у процесі управління дебіторською заборгованістю виникає проблема достовірності та повноти її інформаційного забезпечення.

Питання управління дебіторською заборгованістю розглянуто у працях вітчизняних науковців: І. Бланка, В. Пономаренко, М. Нашкерської, О. Рибалко, О. Кияшко, К. Дацко та інших.

Управління дебіторською заборгованістю здійснюється з метою оцінки реального стану та змін дебіторської заборгованості, а також визначення частки сумнівних і безнадійних боргів.

Процес управління дебіторською заборгованістю складається з таких етапів [1]:

1) аналіз дебіторської заборгованості підприємства в попередньому періоді;

2) вибір типу кредитної політики підприємством стосовно своїх покупців (помірна, консервативна, агресивна);

3) визначення можливої суми фінансових коштів для інвестування у дебіторську заборгованість за товарним (комерційним) і споживчим кредитами;

4) формування системи кредитних умов;

5) формування стандартів оцінки покупців і диференціація умов надання кредиту;

6) формування процедури інкасації дебіторської заборгованості.

7) забезпечення використання на підприємстві сучасних форм рефінансування дебіторської заборгованості.

8) побудова ефективних систем контролю за рухом і своєчасною інкасацією дебіторської заборгованості.

Основним інформаційним джерелом для аналізу та управління дебіторською заборгованістю є дані бухгалтерського обліку.

Методологічні засади формування у бухгалтерському обліку інформації про дебіторську заборгованість та її розкриття у фінансовій звітності визначаються П(С)БО 10 «Дебіторська заборгованість», П(С)БО 13 «Фінансові інструменти», МСБО 32 «Фінансові інструменти: розкриття та подання» та МСБО 39 «Фінансові інструменти: визнання та оцінка».

Порівняння П(С)БО і МСБО дає можливість зробити висновки, що МСБО не надається конкретної інформації щодо визнання, класифікації та оцінки дебіторської заборгованості та містить лише загальні рекомендації стосовно розкриття інформації про дебіторську заборгованість у фінансовій звітності.

Важливим інформаційним джерелом, що забезпечує управління дебіторською заборгованістю, є:

- ✓ первинні документи з обліку дебіторської заборгованості;
- ✓ дані синтетичного та аналітичного обліку;
- ✓ форма розрахункових операцій, що використовує підприємство;
- ✓ порядок оцінки дебіторської заборгованості;
- ✓ розрахунок сумнівних боргів;

✓ класифікація дебіторської заборгованості та наявність необхідних відповідних роз'яснень у примітках до фінансової звітності.

З метою прийняття ефективних управлінських рішень щодо дебіторської заборгованості важливим є забезпечення на підприємстві:

1) обов'язкового здійснення класифікації дебіторської заборгованості з дотриманням вимог щодо строку погашення протягом нормального операційного циклу. З метою отримання достовірної інформації про стан розрахунків з покупцями та замовниками доцільно окремо розраховувати ту частину дебіторської заборгованості, яка виникла в ході нормального операційного циклу, але буде одержана через 12 місяців від дати балансу;

2) здійснення оцінки дебіторської заборгованості активом відповідно до вимог П(С)БО 10 «Дебіторська заборгованість». З метою здійснення достовірної оцінки дебіторської заборгованості на дату балансу необхідно розраховувати величину резерву сумнівних боргів за одним із методів, наведених у П(С)БО 10 «Дебіторська заборгованість»;

3) здійснення аналітичного обліку дебіторської заборгованості за продукцію, товари, продукцію, роботи, послуги відповідно до вимог нормативно-правових актів, які регулюють процес здійснення бухгалтерського обліку дебіторської заборгованості на підприємстві.

Важливим елементом організації обліку дебіторської заборгованості та підготовки інформації для прийняття управлінських рішень є впровадження на підприємствах політики управлінського обліку. З метою деталізації вимог щодо облікового забезпечення управління дебіторською заборгованістю, пропонується розробити на підприємстві наступні документи: «Наказ про політику управлінського обліку на підприємстві», у якому вимоги до дебіторської заборгованості в управлінському обліку відображатимуться у підрозділі «управлінський облік оборотних активів підприємства»; «Стандарт управлінського обліку дебіторської заборгованості»; «Бюджетний регламент» [3].

Потрібно зазначити, що їх застосування сприятиме підвищенню якості прийняття управлінських рішень щодо дебіторської заборгованості як ліквідного активу.

Література

1. Бланк И. Ф. Основы финансового менеджмента: у 2 т. — К.: Эльга, Ника-Центр, 2007.

2. *Дацко К. П.* Обліково-аналітичне забезпечення управління оборотними активами підприємства: автореф. дис. канд. екон. наук: спец. 08.00.09 «Бухгалтерський облік, аналіз та аудит (за видами діяльності)» / К.П. Дацко. — К., 2014. — 20 с.

3. *Кияшко О. М.* Облік та аналіз дебіторської заборгованості в системі управління підприємством: автореф. дис. канд. екон. наук: 08.00.09 / О. М. Кияшко; Київ. нац. торг.-екон. ун-т. — К., 2011. — 21 с.

Подольанко О. Я., Рудь К. О.,
(ф-т міжнародної економіки і менеджменту, I курс)

ПРОБЛЕМИ РЕФОРМУВАННЯ СИСТЕМИ ВИЩОЇ ОСВІТИ В УКРАЇНІ

Основною метою нашого дослідження є визначення слабких сторін системи вищої освіти в Україні та пропозицій щодо шляхів її реформування. XXI століття — це час переходу до високотехнологічного інформаційного суспільства, в якому якість людського потенціалу, рівень освіченості і культури всього населення набувають вирішального значення для економічного і соціального поступу країни. Інтеграція і глобалізація соціальних, економічних і культурних процесів, які відбуваються у світі, перспективи розвитку української держави на найближчі два десятиліття вимагають глибокого оновлення системи освіти, зумовлюють її випереджувальний характер.

Однією з ключових рушійних сил економік розвинених країн більшість науковців називають знання та інформацію, доступ, поширення та створення яких значною мірою відбувається в межах закладів освіти. А індивідуальний розвиток особистості за таких умов є, з одного боку, основним показником прогресу, а з іншого — головною передумовою подальшого розвитку суспільства. Ось чому найпріоритетнішими сферами в XXI столітті стануть наука — як сфера, що продукує нові знання, та освіта як сфера, що олюднює знання і, насамперед, забезпечує індивідуальний розвиток людини. І тільки країна, яка віддає перевагу розвитку цих сфер, зможе претендувати на гідне місце в світовому співтоваристві, бути конкурентноспроможною.

Серед недоліків системи вищої освіти України варто зазначити:

- малочисельність бюджетних місць;
- обмеженість практичного застосування набутих знань;

- застаріла матеріально-технічна база;
- викладання встановленого набору дисциплін, однакового для всіх студентів;
- актуальність навчальних програм «відстає» від тенденцій, що диктує ринок праці;
- відсутність перспектив і зацікавленості у майбутній діяльності;
- недостатнє фінансування освіти, науки, техніки, що спричиняє, так званий, «потік мізків» у країни із сприятливішими умовами праці;
- низький рівень заробітної платні викладачів;
- високий рівень корумпованості, купівля дипломів та оцінок;
- стрімкий і непослідовний перехід до Болонської системи.

Пропонуємо такі шляхи реформування вищої освіти в Україні:

1. Створити систему освіти, яка б сприяла розвитку самостійності, критичного мислення, стимулюванню до появи нових ідей. Наприклад, запровадження дуального навчання (Duales Studium): заглиблення в теорію у вузі, практику — на підприємстві. Студент відвідує заняття, відповідно до розкладу, і паралельно працює у чітко визначені дні на підприємстві, бере участь у різноманітних проектах та отримує заробітну платню, має право на відпустку. Підприємства можуть укладати зі студентами угоду щодо їхнього отримання постійного робочого місця після завершення навчання за умови високих випускних балів.

2. Дозволити студентам самостійно обирати свій профіль, скласти розклад дисциплін, які вивчатимуть. Кожен студент повинен мати можливість розпоряджатися своїм часом так, як вважатиме за потрібне, у довільному порядку відвідувати лекції та семінари, обирати час задля практики та стажування, знайти час для підробітку.

3. Надати студентам можливість навчання та проведення наукової діяльності, досліджень у будь-яких сферах знань.

4. Забезпечити вищі навчальні заклади останніми технологічними нововведеннями задля полегшення процесу навчання та підвищення його рівня.

5. Підвищити викладачам заробітну платню, особливо за наукові ступені та вчені звання.

6. Перенести акцент на індивідуальну роботу зі студентом.

7. Зменшити кількість студентів в академічній групі.

8. Запровадити сучасні інтерактивні методи навчання.

9. Звести до мінімуму диференційованість між студентами за будь-якими ознаками, окрім інтелектуальних та особистих здібностей.

Цілком логічним є висновок про необхідність серйозної підготовки і студентів, і викладачів, щоб у складний період освітніх інтеграційних процесів максимально зберегти позитивні здобутки національної системи освіти й ефективно використати досвід європейських країн для підготовки мобільного, творчого спеціаліста високої кваліфікації. Модернізація української вищої освіти, впровадження передових ідей Болонського процесу, як і будь-яких інновацій, повинні відбуватися із врахуванням найкращих освітніх надбань і традицій, поступово, без зайвої поспішності. Надзвичайно гостро постає питання про необхідність чіткого аналізу кожного етапу процесу реорганізації вищої школи в Україні. Такі кроки, на нашу думку, дозволять уникнути численних помилок на цьому шляху, а також не лише декларативно, а й реально підвищити якість освіти на всіх її напрямках, що створить сприятливі умови для виходу української системи вищої освіти на світовий рівень.

Література

1. Закон України «Про вищу освіту» № 1556-VII від 01 липня 2014 року: <http://zakon4.rada.gov.ua/laws/show/1556-18>
2. Болонський процес: тенденції, проблеми, перспективи / Укл. В. П. Бех, Ю. Л. Маліновський; за ред. акад. В.П. Андрущенка. — К.: НПУ ім. М. П. Драгоманова, 2004. — 221 с.
3. Кійко О. Міфи і реальність «Болонського процесу» [Електронний ресурс]. — Режим доступу: http://experts.in.ua/baza/analitic/index.php?ELEMENT_ID=16312.

Прилуцька О. В. (кредитно-економічний ф-т, III курс)

CONFIDENCE IN BANKING SYSTEM OF UKRAINE: HOW TO RESTORE IT?

Now our country faces hard times, both in political and economic fields. And the dramatic events which unfold the Ukrainian banking system are becoming much more serious than anything that had happened to it for the previous 24 years of its history. The main indicator of confidence in banks during the crisis — is the return of money in the financial institutions after receiving the payments from the Deposit Guarantee Fund today is about 20 %. For comparison in a crisis of 2008—2009 it was approximately 80 %. As a result, a completely destroyed faith of the public in the banking system of Ukraine can be observed. So, how can we restore it?

Firstly, let's clarify where the rest of the money outflows? Ukrainians who «escape» from banks choose several ways for investing their funds:

1. One of them is real estate transactions (e. g. purchasing a house). According to this trend people take money from banks and invest it in the apartments. Real estate analysts believe that the highest demand in Kiev is for studio apartments, which are considered to be the most liquid assets and some people buy them for resale.

2. The second way is to support your own business and consumption. The situation in the Ukraine's banking system today is the following: the last thing to do for depositors is to bring money to the bank. As all businesses are working now without a profit at best and suffering financial losses at worst, all the money is used to support existing enterprises. Moreover, the significant number of people is trying to withdraw money from banks and bring it to offshore companies.

3. Next direction in which the money supply can flow is Internet. In particular, it is about such tools as electronic money and Bitcoin. Shadow banking is a very common phenomenon in Ukraine. The same situation exists in developed countries such as the United States, where it has been determined that bitcoin is a product (very often called a cryptocurrency). It is becoming more and more popular among Internet users as a means of payment because it involves lower transaction costs. Central banks are also competing for the services they provide with these «private» cryptocurrencies. A client chooses the shadow banking because financial intermediaries (banks) set too high interest on the services rendered and collect a lot of personal information about customers. Therefore, customer's deposits and funds are transferred into the shadow sector. We consider that in the nearest future cryptocurrencies will compete not only with commercial banks but also with central banks.

4. The largest part of funds that have been removed from the banking system is now «under the mattress». Because of the high level of inflation (is about 110, 8 %) it is unprofitable to hold funds in national currency outside the banking system. But what should people do? In fact, for the last period more than 50 banks were recognized as insolvent. Although the National Bank of Ukraine declares that it battles with «zombie-banks», it still can't support banks' liquidity and depositors are worried about their money. We can witness some problems even in the systemic banks (e.g. Privatbank, Oschadbank, Ukreximbank). The National Bank of Ukraine doesn't have any

reliable project concerning the return of confidence in the banking system today.

We cannot but mention other key structural impediments in our banking system. These include an ownership structure that funnels excessive lending to insiders, often with sweetheart deals.

The other problem is that the rights of minority shareholders are not protected and guaranteed by the government and legislation of Ukraine. If they became the victims of the banking system they couldn't obtain real information from the investigator, public prosecutor's office, court. And they couldn't trace their stolen money either.

Consequently the support of the banking market requires more active information policy. Bankers should appear more often in the information field, more often communicate with the public. Confidence in banks and banking system will return simultaneously with the strengthening of the hryvnia, when the NBU starts to perform its basic function — stabilization of the national currency. Another crucial challenge is to restore the competitiveness that was undermined by an overvalued exchange rate. The combination of exchange rate depreciation and flexibility at the hryvnia's new level is an important step. It will create the basis for Ukrainian businesses to compete again on international markets. Thus, the key policy measures in the field of banking reformation are directly related with the governance: deregulation and reform of tax administration, transparency, reforms of state-owned enterprises (e. g. an independent audit of Naftogaz's receivables).

And finally, nothing is more important than a commitment to tackle corruption. Corruption is like cancer for Ukraine and if we didn't destroy it, all reforms would be ineffective.

Література

1. Журнал forbes.ua. [Електронний ресурс]. Електронний режим доступу — <http://forbes.ua/ua/business/1391494-kudi-jdut-groshi-shlyahi-dlya-vidstupu-depozitiv>

2. Інформаційне агентство unian.info. [Електронний ресурс]. Електронний режим доступу — <http://www.unian.info/economics/1060806-first-deputy-chief-of-ukraines-national-bank-pisaruk-we-dont-negotiate-by-the-codes-of-the-underworld.html>

3. International Monetary Fund. [Електронний ресурс]. Електронний режим доступу — <http://www.imf.org/external/np/speeches/2015/040715.htm>

АНАЛІТИЧНИЙ ОГЛЯД ДІЯЛЬНОСТІ БАНКІВ УКРАЇНИ В УМОВАХ КРИЗИ

Анотація. Проаналізовано загальний стан банківської системи України на сучасному етапі з використанням практичного матеріалу та рейтингових оцінок банків, виокремлено проблему інтерпретації результатів аналітичних досліджень в умовах фінансової кризи, досліджено доцільність та ефективність заходів НБУ.

Ключові слова. Банківська система, аналіз, рейтингові оцінки

Annotation.The author explains the state of the banking system of Ukraine today. In the text uses specific examples. Describes the state of the banking sector by the means of rating banks. Also described innovation, based on credit and deposit transactions that have take place over the last year. The paper provides recommendations to the election of the bank.

Keywords. The banking system,, rating assessment.

Для забезпечення стабільності банківської системи у сучасних кризових умовах розвитку економіки необхідно здійснити пошук дієвих форм і методів регулювання діяльності банків шляхом вивчення і узагальнення теоретичного і практичного досвіду та аналізу діяльності банків України. При дослідженні кризових явищ економіки України актуалізується значення аналізу, як функції управління та сучасного інструменту моніторингу, діагностики та оцінки результативності діяльності банків. Саме потребою аналітичного огляду діяльності банків та оцінки ефективності заходів здійснених НБУ щодо покращення ситуації в банківській системі визначається актуальність статті.

Проблеми банкрутства в умовах кризи вивчаються вітчизняними та зарубіжними вченими. У зарубіжній і вітчизняній науковій літературі проблеми аналізу розвитку банків і заходів запобігання кризовому стану розкрито у роботах Брейли Р., Брігхема, Гроппеллі А., Ларіонової І. В., Є., Роуза П., Сінко Дж., Хорна В., Гейця В.М., ін.

Метою статті є аналіз сучасного стану банківської системи та доцільності та ефективності заходів НБУ щодо виходу банківської системи з кризового стану.

Важлива роль аналізу пояснюється це можливість оцінити результати та виробити стратегію розвитку діяльності банку, передбачити ризики та запобігти банкрутству. Для детальнішого аналізу банківської діяльності використовуємо систему рейтингових оцінок (табл. 1).

Таблиця 1

РЕЙТИНГ НАДІЙНОСТІ НАЙБІЛЬШИХ БАНКІВ НА 1-Й КВАРТАЛ 2015 р.

№	1	2	3	4	5
Назва банку	Ощадбанк	Укресімбанк	Кредит Агроколь	Райфайзен Банк Аваль	UniCredit Bank
Прибуток за 2014 р.	-8,564	-9,806	0,090	-1,367	-2,662
Активи на 01.01.2015 р.	128,104	126,000	21,079	46,859	48,258
Приріст капіталу за 2014 р., %	15,62	1,06	-0,01	-0,01	36,05
Приріст депозитів ФО у грн. за 2014 р., %	-9,09	1,48	-20,56	-19,62	-15,53
Приріст депозитів в валюті за 2014 р., %	-26,91	-25,85	-4,10	-32,37	-36,39
Приріст кредитного портфелю за в грн. за 2014 р., %	20,58	-11,97	-5,14	-49,59	-133,86
Відношення депозитів та власного капіталу	1,6	1,6	3,1	2,3	2,0
Рефінансування, отримане в 2014 р.	10,159	2,230	0,000	0,300	0,740
Реальний власник	Україна	Україна	Франція	Австрія	Італія
Підсумковий коефіцієнт надійності.	0,908	0,908	0,907	0,903	0,899

Слід зазначити, що важливим аналітичним заходом є діагностика та оцінка рейтингу банків на підставі інформації про валютні кредити, з врахуванням правил визнання і оцінки активів банку. Саме з метою упорядкування ситуації з валютними кредитами НБУ здійснено ряд нововведень в системі кредитування, зокрема: конвертація валютного кредиту у гривневий — (пільговий курс, під 22—30 % річних, на 2 роки); пролонгація гривневих кредитів на строк від 6 міс. до 1 року (проценти сплачуються); Іпотека — лише на умовах мінімального

власного внеску (не більше 3 р.) або застави (7—10 р.), під у середньому 24,5% річних). — в основному на вторинному ринку нерухомості та мало доступні без заставні кредити (лише 9 банків згодні їх надавати під 35—50 % річних). Як відомо, кредитування здійснюється не лише банками, а й фінансовими компаніями. У період стабільного розвитку економіки банки видавали кредити без обов'язкової наявності довідки про доходи, але за результатами дослідження, які наведено в журналі «Деньги» [6] на 01.01.2015 р. залишилося лише 9 банків, що видають такі кредити, але не більше 100 тис. грн і не довше ніж на 5 років.

Слід зауважити, що на сучасному етапі запобіжний кризовим явищам інструментарій НБУ запроваджено і до депозитних операцій і введено зміни: обмеження щодо суми поповнення накопичувальних депозитів у валюті, неможливі купити в банку валюту для поповнення накопичувального вкладу (хоча багато банківських програм стверджують протилежне), змінені ринкові умови для валютних депозитів зараз — 4—8 % річних, а дохід у сумі відсотків за депозитними вкладками оподатковується в розмірі 21 % від суми доходу.

Висновки. Для управління діяльністю банків в умовах нестабільної економічної ситуації, необхідно використати можливості аналізу як засобу, який сприяє управлінню та розвитку банківської системи. Важлива роль аналізу пояснюється можливістю оцінити результати та виробити стратегію і тактику подальшого розвитку, передбачити ризики та запобігти можливому банкрутству. За результатами аналітичного огляду встановлено, що нинішня ситуація в банківській системі України призводить не тільки до значного скорочення чисельності банків, а і до монополізації банківського сектора. Заходи НБУ щодо стабілізації банківської діяльності визнано неефективними і несвоєчасними. Для запобігання вірогідності виникнення внутрішньої кризи банку, внаслідок зростання ризиків, сумісних з базовими макроекономічними показниками, необхідно оперативно аналізувати ключові показники та підвищувати якість і оперативність аналітичних досліджень.

Література

1. Нідзельська І. А. Кредитні ризики та їх наслідки для банківської системи України в умовах поглиблення фінансової кризи/ І. А. Нідзельська // Фінанси України. — 2009. — № 8. — С. 102.
2. Офіційний сайт Національного банку України [Електронний ресурс]. — Режим доступу: <http://www.bank.gov.ua>.
3. Деньги № 1—5 від 29.01.2015 р. по 26.03. 2015 р. [Електронний ресурс]. — Режим доступу: <http://www.dengi.ua/magazine.html>

ФГВФО: ПРАКТИКА ТА НАГЛЯДОВІ ФУНКЦІЇ

Становлення та розвиток системи гарантування вкладів в Україні розпочалось у 1998 р. з підписання Президентом України Указу «Про заходи щодо захисту прав фізичних осіб — вкладників комерційних банків», яким було затверджене Положення про порядок створення Фонду гарантування вкладів фізичних осіб, формування та використання його коштів. На сьогоднішній день діяльність Фонду гарантування вкладів фізичних осіб (далі — Фонд) регулюється Законом України «Про систему гарантування вкладів фізичних осіб» від 23 лютого 2012 року (далі — Закон) [1].

Мета і завдання Фонду залишаються незмінними, а саме метою Фонду є захист прав і законних інтересів вкладників банків, а основним завданням — забезпечення функціонування системи гарантування вкладів фізичних осіб і виведення неплатоспроможних банків з ринку [2].

Серед функцій Фонду, які визначені у ст. 4 Закону можна виокремити регуляторні, наглядові та контролюючі функції, зображені на рис. 1.

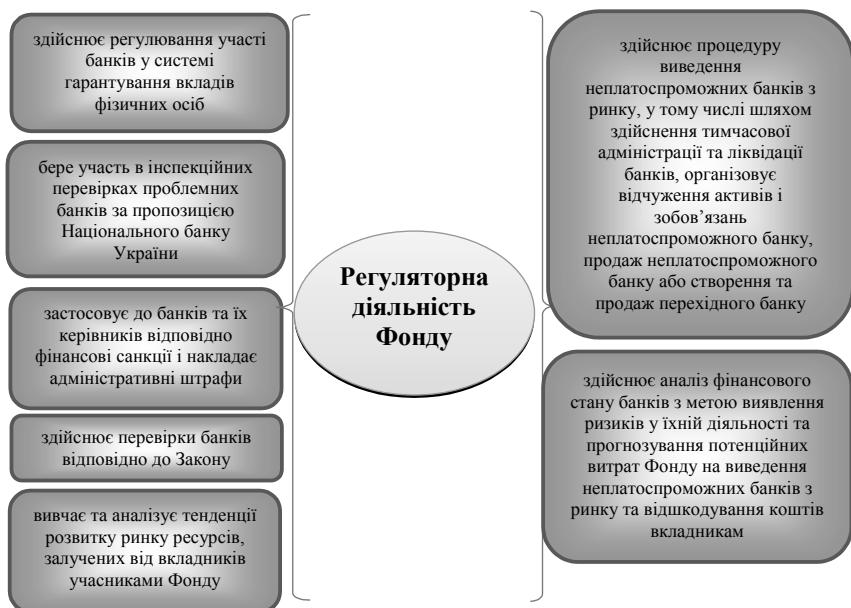


Рис. 1. Регуляторна діяльність Фонду

Таким чином, шляхи, якими Фонд безпосередньо здійснює регулювання діяльності банків зображені на рис. 2 (ст. 30 Закону):

Відповідно, регулятивні повноваження Фонду поширюються на всі банки в Україні. У свою чергу, банки зобов'язані дотримуватися нормативно-правових актів Фонду та виконувати вимоги, встановлені Фондом у межах його повноважень.

Щодо практичної діяльності Фонду, то саме Департамент моніторингу діяльності банків, який складається з Відділу економічного аналізу та поточного моніторингу і Відділу інспектування, займається безпосередньо «наглядовою» діяльністю Фонду. Департамент співпрацює з НБУ та комерційними банками на основі трьохсторонньої згоди, так як 09 липня 2012 року було підписано Договір про співпрацю та координацію діяльності між Національним банком України та Фондом гарантування вкладів фізичних осіб, яким було встановлено порядок їх взаємодії та співробітництва, що пов'язано з набуттям Фондом гарантування вкладів фізичних осіб нових повноважень відповідно до законодавства.



Рис. 2. Регулювання діяльності банків Фондом

Від НБУ Фонд регулярно отримує:

— базу даних по банках, яка містить інформацію про ймовірне банкрутство банків відповідно до процедури застосуван-

ня заходів впливу НБУ до проблемних/неплатоспроможних банків і тих, що здійснюють ризикову діяльність (прогноз 1 раз у місяць);

— щомісячну інформацію про стан ліцензування банків України;

— інформацію про банк у разі віднесення банку до категорії проблемних/неплатоспроможних НБУ.

Від Фонду НБУ регулярно отримує: аналіз банків у розрізі інформації про вклади 1 раз на місяць за допомогою Звітів про вклади фізичних осіб в учасниках Фонду гарантування вкладів фізичних осіб — форма звітності №1Ф.

Відповідно до нормативних документів Фонд може застосовувати такі санкції до банків: розпорядження, письмове застереження чи штраф.

Проблемою у здійсненні наглядової діяльності Фондом є те, що Фонд підзвітний Кабінету Міністрів України та Національному банку України, тому він не може виступати самостійним контролером чи регулятором (ст. 5 Закону України «Про систему гарантування вкладів фізичних осіб»). Наступною проблемою є те, що НБУ передав Фонду лише функції щодо адміністрування процедури виведення банку з ринку та моніторингу банківської активності у розрізі депозитних операцій, таким чином наглядово-контролююча функція Фонду обмежена самим же НБУ. Також проблемою є здійснення подвійного моніторингу діяльності банків НБУ та Фондом і неможливість визнання банку неплатоспроможним при виявленні проблем та відкликання банківської ліцензії Фондом, оскільки не Фонд, а НБУ видає ліцензії комерційним банкам.

Пропозиціями щодо вирішення поставлених проблем є такі: удосконалення системи обміну інформацією між НБУ та Фондом; уникнення подвійного моніторингу діяльності банків Фондом і НБУ; надання можливості Фонду відносити банк до категорії проблемних/неплатоспроможних, залишивши за НБУ право відкликання банківської ліцензії.

Література

1. Офіційний сайт Фонду гарантування вкладів фізичних осіб / [Електронний ресурс]. — Режим доступу: <http://www.fg.gov.ua/about/info/>
2. Закон України «Про систему гарантування вкладів фізичних осіб» від 23.02.2012 № 4452-VI.

ВІДШКОДУВАННЯ МОРАЛЬНОЇ ШКОДИ В УКРАЇНІ: ПРОБЛЕМИ ТА ШЛЯХИ ЇХ ВИРІШЕННЯ

«Треба настільки зневажати людину як особистість, щоб переконувати її, що гроші здатні задовольнити всі моральні страждання. Перекладення моральної шкоди на гроші — результат буржуазного духу, який вимірює все грошима і який вважає все продажним».

Г.Ф. Шершеневич

Інститут відшкодування моральної (немайнової) шкоди, будучи одним з вісників гуманізації права, в правовій системі України з'явився відносно недавно. Цей комплекс норм покликаний бути ефективним механізмом встановлення соціальної справедливості та забезпечити захист особистих прав. Питання відшкодування моральної шкоди має на даний час як теоретичний, так і практичний інтерес, що змушує багатьох науковців і юристів-практиків дискутувати з приводу найспірніших питань: визначення розміру моральної шкоди; порядку відшкодування моральної шкоди; встановлення складових елементів правопорушення (школа, протиправність, причинно-наслідковий зв'язок, вина), притягнення до юридичної відповідальності.

Варто зазначити, що дослідженням проблеми відшкодування моральної шкоди займалися вчені С. Рабінович, Л. Корчемна, Є. Солодко, В.П. Палиюк, С.А. Беляцкин та інші, що свідчить про її актуальність.

Варто звернути увагу на те, що чинне законодавство, в тому числі Цивільний кодекс України (далі — ЦКУ) не містять єдиного визначення поняття «моральна» (немайнова) шкода, відсутній чіткий порядок і критерії визначення її розміру в грошовому вимірі. Більш того, деякі спеціальні нормативно-правові акти містять у собі: протиріччя відносно осіб, які мають право на її компенсацію; неузгодженість у визначенні суб'єктів відповідальності за її нанесення; невизначеність між положеннями відносно розміру (мінімального і максимального) моральної (немайнової) шкоди. Верховний Суд України певною мірою надав відповідь на деякі питання судової практики. Однак його роз'яснення потребують детального вивчення, так як у повній мірі він не розкрив зміст моральної шкоди для фізичних і юридичних осіб, однозна-

чно не вирішив питання у сфері дії цього правового інституту, не встановив систему критеріїв визначення розміру шкоди у грошовому вимірі.

У ЦКУ відсутнє точне визначення моральної шкоди, але ст. 23 називає ознаки, за якими можна зробити висновок, що вона полягає у фізичному болі та стражданнях, душевних стражданнях фізичної особи, приниженні честі, гідності і ділової репутації фізичної чи юридичної особи [1]. Пленум Верховного Суду України у постанові від 31 березня 1995 року №4 «Про судову практику в справах про відшкодування моральної (немайнової) шкоди» надав розгорнутіше поняття такого виду шкоди, як моральної. То ж, у постанові зазначається, що моральна шкода — це втрати немайнового характеру внаслідок моральних чи фізичних страждань або інших негативних явищ, заподіяних фізичній чи юридичній особі незаконним діям або бездіяльністю інших осіб [2].

Слід звернути увагу на те, що на сьогодні відшкодування моральної шкоди набуло широкої популярності на практиці. Дослідивши проблематику даного питання, ми виділили кілька основних груп проблем, які стримують ефективне функціонування відшкодування моральної шкоди:

1) відсутність єдиної системи у підрахунку розміру моральної шкоди. Як правильно підрахувати?

2) індивідуалізм потерпілого: що для однієї особи — душевна трагедія, для іншої може бути легким хвилюванням. Як справедливо вирішити?

3) доцільність відшкодування моральної шкоди: відшкодовувати в випадках, коли це потрібно, чи у всіх випадках протиправної поведінки? Адже будь-яка протиправна поведінка щодо особи створює у неї душевні переживання.

Думки вчених-теоретиків і юристів-практиків щодо цих проблем широко розходяться. Щодо першої проблеми, то варто зазначити що вона проявляється дуже часто. Про гостроту даної проблеми, яка має бути вирішена в законодавчому порядку, свідчать приклади того, що суди іноді роблять це досить довільно.

Наприклад, Голосіївський районний суд м. Києва позов гр. В. до ТА «Холдингова компанія «Київміськбуд» про стягнення моральної шкоди у зв'язку із смертельним травмуванням її неповнолітнього сина в технічно несправному ліфті задовольнив частково на суму 4800 грн (позов був заявлений на 300 тис. грн) [4].

Проблема визначення розміру моральної шкоди породжує зловживання даним правом, з одного боку, та недовірою до нього, з іншого. Аналізуючи норми чинного законодавства про мінімаль-

ний розмір компенсації моральної шкоди, слід зауважити на їх неузгодженість між собою, тим самим приходимо до висновку про недоцільність закріплення у законі мінімального чи максимального розміру такого відшкодування, оскільки, по-перше, щоб їх встановити необхідне об'єктивне економічне обґрунтування, яке є неможливим, бо душевні страждання, біль не мають еквіваленту. По-друге, законодавче встановлення мінімальних чи максимальних розмірів компенсації унеможливує звернення за захистом свого права у випадках, коли потерпілий оцінить свої втрати нижче (вище) зазначеного в законі чи іншому нормативному акті рівня. По-третє, відносність тих максимальних чи мінімальних розмірів, які вже встановлювався в законодавчому порядку у нашій правовій системі, створила можливість для необґрунтованого впливу на їх регулювання, зокрема з боку виконавчої влади, що негативно відобразилося на правах потерпілих осіб. На підставі цього пропонується надати можливість потерпілому чи суду визначати конкретну грошову суму у кожній справі, виходячи з вимог розумності, поміркованості і справедливості.

Закріплені на законодавчому рівні, вироблені практикою Європейського суду з прав людини та вітчизняних судів, а також розроблені та запропоновані науковцями способи визначення обсягу відшкодування моральної шкоди загалом можна згрупувати за двома основними ознаками, якими виступають: або виразне домінування морального чинника в оцінці обставин справи та визначенні справедливого балансу інтересів сторін, з чого випливає певна абсолютизація ролі суб'єктивного уявлення суб'єкта правозастосування щодо адекватності покладеного на правопорушника тягаря майнової відповідальності; або прагнення до якомога достовірнішого виявлення й наступного усунення фактичних немайнових наслідків правопорушення, що визначаються на основі детального дослідження індивідуальних особливостей потерпілого [5].

Варто звернути увагу на те, що будь-яка подія для однієї людини сприймається важче і наносить більше хвилювань, а для іншої — менше. Якщо у законі зазначено, що відшкодування моральної шкоди еквіваленте завданям страждань — то логічно, що до кожного такого випадку потрібно підходити індивідуально. У зв'язку з цим, ми вважаємо доречним прийняття комплексної системи розрахунку обсягу відшкодування моральної шкоди: тарифна система + коефіцієнти індивідуальних факторів. Тарифна система означає фіксований розмір відшкодування до усіх однотипних випадків. Це дозволить уникнути невідповідності судових рішень, коли в одному суді моральну

шкоду за втрату пальця оцінюють у 10000 грн, а в іншому — в такій ж ситуації — у 1800 грн. Система коефіцієнтів полягає в тому, щоб максимально індивідуалізувати цей закон під усі можливі випадки. При розрахунку суми відшкодування тарифна ставка за втрату пальця буде множитись на весь перелік визначених законом коефіцієнтів. Закон передбачатиме три види коефіцієнтів — привілейований, звичайний, кваліфікований ($k = 0,9$; $k = 1$; $k = 1,1$). Наприклад: за втрату пальця людиною похилого віку, життєдіяльність якої не зв'язана з функціональністю пальця — тарифна ставка множитиметься на привілейований коефіцієнт ($k = 0,9$), а коли палець втратив молодий піаніст — на кваліфікований ($k = 1,1$). Законодавцю важливо лише точно продумати весь комплекс необхідних коефіцієнтів, наприклад: рівень внутрішніх переживань, значення для майбутнього особи і т.д.

Враховуючи зазначене, необхідно розробити рекомендовану шкалу, тарифну систему розмірів моральної шкоди, яка буде відповідати кожному окремому випадку:

- термін перебування в стресовому стані (звичайно встановлений фахівцем після отримання відповідного огляду та допомоги);
- можливість продовжувати трудову діяльність за професією;
- термін перебування на лікарняному (кожен день перебування на стаціонарному лікуванні та кожен годину перебування в реанімаційному відділенні);
- вид правопорушення (при скоєнні злочину еквівалент завданої шкоди повинен бути значно більшим, ніж зараз, та більшим за шкоду, завдану під час цивільно-правових, адміністративних та інших відносин);
- ступінь тяжкості тілесних ушкоджень;
- кожен день при поновленні на роботі, у зв'язку з незаконним звільненням;
- кожен годину при незаконному затриманні, засудженні чи ін.;
- кожен день без транспортного засобу із незалежних від потерпілого причин у випадку ДТП;
- вид діяльності та рід занять потерпілої особи (у випадку завдання шкоди діловій репутації шляхом поширення неправдивої інформації про особу, у випадку ДТП, незаконному затриманні і т.д.) тощо.

Друга проблема полягає в тому, що людина — істота індивідуалізована. Особистий набір психологічних характеристик вирі-

зняє особу з поміж інших. У зв'язку з цим важко індивідуалізувати кожен випадок заподіяння моральної шкоди.

Щодо третьої проблеми, то абсолютна більшість науковців схильється до того, що відшкодування моральної шкоди доречно там, де вона безпосередньо необхідна. Цей інститут є показником розвитку правової системи, і його використання сприяє популяризації захисту людьми своїх прав, але важливо не зловживати і не знецінювати цей інститут.

Підсумовуючи, варто зазначити, що інститут відшкодування моральної шкоди в Україні поки знаходиться в «зародковому» стані і вимагає активного розвитку за рахунок об'єднання зусиль адвокатського та судового корпусу, при обов'язковій підтримці з боку держави. Сприяти цьому буде формування у населення впевненості, що свої права потрібно відстоювати. І, як наслідок, поступово права людини дійсно стануть пріоритетом для нашої держави.

Література

1. Цивільний кодекс України від 16 січня 2003 р. № 435-IV // Відомості Верховної Ради України. — 2003. — № 40—44. — Ст. 356.

2. Про судову практику в справах про відшкодування моральної (немайнової) шкоди: Постанова Пленуму Верховного Суду України від 31 березня 1995 р. №4[Електронний ресурс]. — Режим доступу: <http://zakon4.rada.gov.ua/laws/show/v0004700-95>

3. Рішення Голосіївського районного суду м. Києва від 23 лютого 2009 р. по справі № 2-323/09. Єдиний державний реєстр судових рішень [Електронний ресурс] — Режим доступу: <http://www.reyestr.court.gov.ua>

4. *Примак В.* Концептуальні моделі визначення розміру відшкодування моральної шкоди / В. Примак // Юридична Україна. — 2009. — № 9 (81) [Електронний ресурс] — Режим доступу: <http://pravoznavec.com.ua/period/article/14114/%C2>

Репнікова І. П., Петренко А. В.

(ф-т управління персоналом та маркетингу, II курс)

ІСТОРІЯ ПОХОДЖЕННЯ МАРКЕТИНГУ ТА БРЕНДІВ

Маркетинг — невід'ємна частина життя кожного жителя нашої планети, і з кожним роком він стає різноманітнішим, від промислового до політичного, що, безумовно, мають однакову мету, але абсолютно різні засоби та інструменти їх втілення. На сьогоднішній день продукт (як рекламний, так і політичний) не

створюється без застосування маркетингу, і щоден ринок не існує без здорової конкуренції, в основі якої, до речі, також лежать маркетингові інструменти і бізнес-прийоми. Для кращого розуміння та аналізу предмету «маркетинг» необхідно звернутися до витоків і передумов його створення.

Метою даної статті є дослідження історико-економічних аспектів маркетингу та перших товарних брендів, визначення нових і сучасних засобів їх розвитку.

Маркетинг пройшов складний шлях еволюції. І цілком певно, можна стверджувати, що маркетинг існував завжди, тому що обмін, як вид діяльності, розпочав своє існування буквально з перших кроків первісної людини, коли людина почала усвідомлено піклуватися про задоволення своїх потреб. З виникненням товарного виробництва і ринку беруть свій початок різноманітні види маркетингової діяльності: реклама, цінова політика, аналіз ринку та ін. Перші рекламні оголошення розміщувалися на дерев'яних дошках, вибивалися на кам'яних плитах, голосно оголошувалися на базарних площах.

Звичне сьогодні поняття «реклама» прийшло до нас з стародавнього Риму від латинського слова «reclamo» або «reclamare», яке в перекладі означає «викрикую, оголошую». Ринкові торговці наймали голосистих людей, глашатаїв, які голосно кричали з крамниць назви товару, що продається. Також в Стародавньому Римі крім рукописних газет існували спеціальні інформаційні стіни — «альбумси», їх білили вапном і ділили на рівні прямокутники. «Альбумси» заповнювали написаними вугіллям або пурпуровою фарбою оголошеннями і новинами. Яскравим прикладом альбумусів є афіші до Колізею.

Прикладами перших рекламних звернень, що дійшли до нас, можна вважати єгипетський папірус, в якому повідомляється про продаж раба та інші послуги; глиняні пластини сповіщали жителів стародавніх фінікійських міст про реалізацію різних товарів, послуги та розваги. До історичних витоків різних аспектів рекламної інформації належить і «Фестський диск», один з найуражаючіших древнекритських текстів, знайдений італійськими археологами в липні 1908 року при розкопках міста Феста на острові Крит. У Помпеях при розкопках було знайдено близько півтора тисяч настінних газет і об'яв. Одна з них повідомляє: «Перехожий, пройди звідси до дванадцятої вежі. Там Сіріпус тримає винний льох. Зазирни туди. До зустрічі!». Ще один напис повідомляв, що можна зняти «віллу, хорошу і добротну збудовану. Наймач повинен звернутися до..». У руїнах іншого давньоєги-

петського міста Мемфіс знайдено кам'яний стовпчик з висіченим на ньому написом: «Тут живу я, Мінос, з острова Кіпр, по милості богів наділений здатністю тлумачити сни за вельми помірну плату».

Американський економіст Пітер Друккер пов'язував появу маркетингу з Японією. На його думку, маркетинг з'явився в Японії приблизно у 1650 р., коли перший член сім'ї Міцуї оселився в Токіо і відкрив там магазин, який може бути названий першим універмагом. Там він проводив особливу торговельну діяльність, яка майже на 250 років випереджувала те, що потім робили найбільші торговельні фірми, а саме: став покупцем для своїх споживачів, закупаючи в крамницю ті продукти і товари, які були потрібні їм; шукав засоби і джерела для їх виробництва; ввів принцип безумовного повернення грошей за товар, що повертається; значно розширив асортимент товарів для покупців.

З початком промислової революції, на початку 19 ст., з'явилася необхідність у виході на загальнонаціональний рекламний простір. Втілення цих завдань у 1844 році розпочав журнал «Сазерн Мессенджер», редактором якого був знаменитий письменник Едгар Аллан По. Необхідно звернути увагу на те, що реклама в журналах стала ілюстрованою, а не текстовою, як було до цього. Журнали змогли організувати загальнонаціональну рекламу і тим самим забезпечити збут продукції по всій країні.

На розширення рекламної діяльності наприкінці 19 — на початку 20 ст. вплинули винаходи таких важливих засобів комунікації, як телеграф, телефон, фотографія, кіно та ін., які значно розширили можливості у галузі подання інформації та проведення успішної брендової політики в маркетинговій діяльності. Для створення успішного бренду потрібно дотримуватись простих правил.

1. Не переоцінюйте роль вашого бренду в життя споживача.

Ви думаєте над вашим брендом роками. На його оцінку у покупця піде не більше 5 секунд. Продукт, звичайно, займає дуже важливе, але дуже обмежене цими секундами місце в свідомості людини. І в це вкрай малий час йому хотілося б більше зрозуміти всі реальні властивості продукту. Намагайтесь допомогти йому в цьому.

2. Слідкуйте за змінами.

Ваше творіння має жити, періодично викликаючи до себе інтерес, і реагувати на зміни в соціумі. Суспільство живе своїм життям, з'являються ті чи ті соціальні проблеми, і вони повинні мати адекватне відображення. Тільки ті марки живуть довго, які

соціально затребувані, і мають високий ступінь адаптивності. Якщо торговельна марка разом з вами переживає ті чи ті колізії, вона стає зрозуміліше і ближче.

Висновок. Стан суспільства в будь-який проміжок часу визначається сукупністю суспільних потреб та їх рівнем, які обумовлюють необхідну виробничу діяльність у будь-якої соціальної системи. До тих пір, поки виробники і споживачі жили поруч і добре знали один одного, виробники випускали те, що було необхідно для задоволення добре відомих їм потреб. У міру розвитку та поглиблення суспільного поділу праці підвищувалася його продуктивність, відбувалися глибокі зміни і в сфері виробництва, і в соціально-економічній сфері. Ці зміни призвели до зростання обсягів попиту на товари і послуги, а, отже, з'явилася необхідність збільшення пропозиції товарів і послуг, конкуренції та вдосконалення хьюман-орієнтованих стратегій.

З кожним днем спеціалісти модифікують рекламу для просування брендів і максимальної реалізації поставлених компанією цілей.

Література

1. Історія економіки та економічної думки : навч. посіб. / [С. В. Степаненко, С. Н. Антонюк, В. М. Феценко, Н. О.Тимочко]. — К. : КНЕУ, 2010. — 743 с.
2. Доступний маркетинг — [Електронний ресурс]. — Режим доступу: <http://marketing-helping.com/>.
3. Бібліотека економіста — [Електронний ресурс]. — Режим доступу: <http://library.if.ua/>.

Рожок Т. О. (ф-т інформаційних систем і технологій, магістрант)

МОДЕЛЮВАННЯ ЕВОЛЮЦІЇ УКРАЇНСЬКОЇ ЕКОНОМІКИ НА ПІДҐРУНТІ ДИНАМІЧНОЇ МОДЕЛІ

Прогнозування макроекономічного розвитку та з'ясування потенційних шляхів виведення країни з економічної кризи є вкрай нагальними проблемами суспільства, успішне розв'язання яких потребує математичного моделювання економічної динаміки. Нелінійна динамічна економіко-математична модель національної економіки [1, с. 152] наведена нижче:

$$\begin{cases} \dot{x} = b \cdot x \cdot ((1 - \sigma) \cdot z - \delta \cdot y) \\ \dot{y} = x \cdot (1 - (1 - \delta) \cdot y + \sigma \cdot z) \\ \dot{z} = a \cdot (y - d \cdot x) \end{cases} \quad (1)$$

де x — капітал; y — платоспроможний попит; z — норма прибутку; t — час (незалежна змінна); $-1 < \sigma < 1$ — міра адміністрування; $0 < \delta < 1$ — тиск держави; $a > 0$ — середня оборотність капіталу; $b > 0$ — еластичність економіки по відношенню до умов господарювання; $0 < d < 1$ — середня частка виробничих витрат по відношенню до обсягу капіталу.

Моделювання еволюції української економіки на підґрунті моделі (1) полягає у її налаштуванні таким чином, щоб динаміка її розвитку максимально зблизилася до динаміки статистичних даних. Для цього необхідно насамперед мати уявлення про параметри моделі, зокрема, про їх вплив на поведінку змінних x , y , z .

Параметр σ відповідає за міру адміністрування економіки. Більшим його значенням відповідає більший контроль держави над економікою (командно-адміністративна економіка), меншим значенням — більший ступінь саморегуляції економіки (вільна ринкова економіка). При значенні $\sigma = 0,0$ поведінка системи характеризується граничними циклами з незмінною амплітудою коливання, тому таку економіку можна охарактеризувати як трансформаційну (перехідну).

Параметр δ виражає комплексний тиск держави на виробника, зокрема: рівень податкових ставок на доходи, розмір митних зборів, акцизи (пряма залежність), а також субсидії і пільги (обернена залежність) тощо. При збільшенні δ спостерігається збільшення амплітуди циклічних коливань і зменшення тривалості кожного циклу. Окрім того, при збільшенні δ система довше перебуває під циклічними коливаннями і рівноважний стан, таким чином, досягається пізніше. При зменшенні ж значення δ спостерігаються протилежні наслідки.

Параметр d виражає витрати виробництва, в тому числі: вартість обслуговування капіталу; вартість сировини та інших ресурсів; рівень процентної ставки та ін. При збільшенні d зменшуються значення змінної x (обсяг капіталу) у рівноважному стані системи, до якого вона прямує з початкового стану.

Параметр a характеризує швидкість обороту капіталу. Він прямо пропорційно впливає на швидкість зростання норми прибутку. Окрім того, в динаміці при збільшенні a відбувається збільшення частоти циклів. Зокрема, для динаміки із затухаючими циклічними коливаннями це означає швидше настання стійкого

стану. Можна сказати, що із збільшенням значення a сценарій економічного розвитку «прокручується» швидше, і навпаки.

Параметр b виражає еластичність економічної системи по відношенню до умов господарювання: чим він більший, тим швидше виробники збільшують пропозицію товарів за сприятливих умов господарювання, та зменшують — за несприятливих. У динаміці при збільшенні b спостерігається збільшення частоти циклічних коливань усіх змінних, а також зменшення амплітуди коливань норми прибутку z . Зменшення b призводить до протилежних наслідків.

Для моделювання національної економіки за допомогою моделі (1) були використані статистичні дані економіки України за 2001—2014 рр. [2]. В якості статистичного показника капіталу був взятий реальний ВВП. Норма прибутку розрахована як відношення агрегованого прибутку підприємств до ВВП. Платоспроможний попит розрахований як величина витрат населення на придбання товарів і послуг, індексована за значенням дефлятора ВВП.

Враховуючи, що необхідною умовою використання моделі (1) є безрозмірність застосовуваних величин, у цілях моделювання української економіки була встановлена така початкова умова: $x_0 = 1,382$, $y_0 = 1.000$, $z_0 = 0,080$. Зокрема, для змінної z початкове значення взяте як середнє значення норми прибутку по країні за розглядуваний період — 8,0 %. Для капіталу x і платоспроможного попиту уважливіше було зберегти співвідношення між ними, яке за розглядуваний період у середньому дорівнює $x : y = 1,382$.

У результаті налаштування моделі (1) під реальну динаміку української економіки за 2001—2014 рр. були отримані такі значення параметрів: $a = 3,3$, $b = 0,06$, $d = 0,25$, $\delta = 0,5$, $\sigma = -0,02$. Наслідком попередніх міркувань є така комп'ютерна модель:

$$\begin{cases} \dot{x} = 0.0612 \cdot x \cdot z - 0.03 \cdot x \cdot y \\ \dot{y} = x - 0.02 \cdot x \cdot z - 0.5 \cdot x \cdot y \\ \dot{z} = 3.3 \cdot y - 0.825 \cdot x \end{cases} \quad (2)$$

Отже, в процесі дослідження розглядувана динамічна модель була налаштована таким чином, щоб поведінка розв'язків максимально відтворювала реальну динаміку економічних показників українського суспільства за 2001—2014 рр. Розроблена модель нелінійної економічної динаміки (2) може бути використана у сфері державної економічної політики для надання рекомендацій щодо покращення стану національної економіки та попередження негативних макроекономічних тенденцій.

Література

1. Коляда Ю. В. Адаптивна парадигма моделювання економічної динаміки: монографія / Ю. В. Коляда. — К.: КНЕУ, 2011. — 297, [7] с.
2. Сайт державної служби статистики України [Електронний ресурс] / Режим доступу: <http://www.ukrstat.gov.ua/>

Романенко І. І. (ФІСіТ, IV курс)

МОДЕЛЮВАННЯ ТА ІНФОРМАЦІЙНІ ТЕХНОЛОГІЇ ПРОЦЕСІВ ЕЛЕКТРОННОЇ КОМЕРЦІЇ

Серед усіх галузей діяльності людини сьогодні найактивніше розвиваються інформаційні технології. Розвинені країни давно використовують глобальну мережу Internet для ведення бізнесу. Просування реклами, продаж товарів і надання різних послуг — ось лише крихітна частка широких можливостей для отримання доходу у Всесвітній павутині. У ХХІ столітті для успішного ведення бізнесу будь-якого розміру та будь-якої спрямованості інформаційні технології є просто необхідними.

Значущість електронної комерції в сучасному бізнесі найчіткіше розкрита вітчизняними та зарубіжними фахівцями: Мельник Г. В., Скілько В. І., Д. Козіє, Р. Ділом, Н. Джерком, І. Балабановим, Р. Костяєвим.

У дослідженні прийнято гіпотези, що Інтернет-магазин спеціалізується по продажу одного типу продукції і на нього не впливають зовнішні чинники; розрахункові дані були взяті близькі до реальних; експертні оцінки є суб'єктивними.

Електронна комерція — це ведення бізнесу в онлайн-режимі, зокрема прямі продажі товарів і послуг, банківська справа та платіжні системи, реклама та безпечне розміщення інформації, корпоративні закупівлі [1].

Існує дев'ять бізнес-моделей електронної комерції. У роботі розглянуто бізнес-модель B2C (бізнес, орієнтований на кінцевих споживачів, фізичних осіб), а саме — Інтернет-магазин і статистичні дані, щодо обсягів продажу Інтернет-магазинів загалом по світу та по Україні [2].

Можемо дійти до висновку, що в нашій країні електронна торгівля розвинута значно менше, ніж на Заході, і потребує інвестицій для розвитку.

Одним із важливих факторів функціонування Інтернет-магазину є оцінювання ризиків. Воно може здійснюватися за допомогою моделі аналізу ієрархій, нечіткої логіки або нечітких мереж Петрі.

У роботі розглянуто модель аналізу ієрархій для визначення сукупності послуг для зниження ризиків при функціонуванні Інтернет-магазину. У ході застосування моделі побудовано ієрархію взаємозв'язку мети, критеріїв і варіантів. Після експертного оцінювання визначено, що найважливішим ризиком для Інтернет-магазину є технічні збої, а точніше — хакерська атака і актуальною для даного Інтернет-магазину є деяка сукупність послуг із зниження ризику [3].

Отже, за допомогою моделей аналізу ієрархій можуть бути досліджені як і вибір різних показників для подальшого дослідження, так і конкурентоспроможність і інші характеристики діяльності Інтернет-магазину.

Крім ризиків, важливою складовою є, звісно, прибуток в електронній торгівлі. Як у реальному, так і у віртуальному просторі, мета фірми — максимізація прибутку. Прибуток від реалізації продукту у віртуальному бізнесі залежить від безлічі якісних і кількісних показників. У роботі запропоновано максимізувати прибуток за допомогою нечіткої логіки. Нечіткий опис може виявитися адекватнішим до реальності, ніж довільно прийнятий чіткий опис [4].

У ході реалізації побудовано ієрархію лінгвістичних показників, застосовано нечітку логіку до таких витрат: витрати на Web-сторінку, витрати на рекламу та інші. Після побудування функцій належності та логічних правил, для визначення нечіткого висновку використано пакет прикладних програм MATLAB. У результаті, отримано розрахований прибуток від реалізації товару.

На основі встановлюваних на ринку цін власник Інтернет-магазину може визначити прибуток від реалізації продукту. На мою думку, застосування нечітких правил логічного висновку призводить до адекватнішого моделювання задачі ціноутворення на фірмі і знаходженню ефективнішого вирішення.

Отже, в даній роботі висвітлено теоретико-методологічні засади електронної комерції, наведено статистичні дані світового обсягу продажів і стан сучасної електронної торгівлі в Україні, запропоновано моделі, які можуть застосовуватись для дослідження електронної торгівлі, зокрема, модель аналізу ієрархій — для вибору сукупності послуг із зниження ризику, та нечітка логіка — для вирішення задачі з максимізації прибутку.

Значущість електронної торгівлі зростає, тому існує потреба в подальших дослідженнях сфери електронного бізнесу.

Література

1. *Грехов А. М.* Е-комерція (Електронний бізнес): Навчальний посібник. — К.: Кондор, 2008. — 302 с.
2. *Клюка А.* Исследование рынка электронной коммерции в Украине [Електронний ресурс]. — Режим доступу : <http://ain.ua/2013/04/11/120835>
3. *Мельник Г.* Дослідження рівня захищеності корпоративної системи із застосуванням методу аналізу ієрархій [Електронний ресурс]. — Режим доступу: http://www.rusnauka.com/24_NPM_2010/Economics/71266.doc.htm
4. *Фикрет Ахмедали Алиев, Эльнура Рафик Шафизаде, Рейхан Юсиф Шихлинская, Турал Фахраддин Муртузалиев.* Экономикоматематическая модель максимизации прибыли интернет-магазина // Новини світової науки // Актуальні проблеми економіки, 2013. — №3(141). — С. 210—218

Рубан Д. Д. (ф-т економіки та управління, III курс)

НЕФОРМАЛЬНІ КОМУНІКАЦІЇ ТА ЇХ РОЗВИТОК В УКРАЇНСЬКИХ КОМПАНІЯХ

Функціонування компанії неможливе без розвитку комунікацій. Для здійснення ефективних управлінських рішень, менеджери повинні використовувати не лише формальні, а й неформальні канали комунікацій. Наразі, актуальність застосування неформальних комунікацій у практиці світового сучасного бізнесу безумовна, не виключенням в цьому питанні мають бути і українські компанії.

Неформальними комунікаціями прийнято вважати обмін інформацією, яка не передбачена організаційною структурою [2]. Саме неформальні комунікаційні зв'язки є вагомим доповненням до робочого середовища та формують позитивний вплив на взаємодію менеджера та підлеглих. Це відбувається у тих випадках, коли дані зв'язки зазнають підтримки від керівництва (спільні перерви, зони відпочинку під час перерв, спільне святкування певних подій і свят та ін.).

У теорії та практиці менеджменту зарубіжних країн часто використовується термін «grape-vine» — система поширення чуток, неофіційних даних [3, с. 96]. Головними функціями неформаль-

них комунікацій є такі: інформативно-комунікативна; регулювання емоційного стану працівника; пропагандистська [3]. Традиції неформальних комунікацій різних видів організацій, несуть у собі особливості розвитку міжособистісних зв'язків працівників у вільний від роботи час. Тому, зосередження уваги менеджера на виборі підходу до підлеглих є одним із визначальних факторів їх ефективної взаємодії.

До найпоширенішого виду неформальних комунікацій належать чутки. Їх прийнято вважати недостовірними, неточними повідомленнями. Швидкість передачі із таких каналів і можливість охоплення цільової аудиторії дуже високі. За дослідженнями, від 80 до 99 % чуток є правдивими, якщо інформація стосується самої компанії [3]. Неформальна група — це спонтанно створена група людей, які регулярно вступають у взаємодію для досягнення цілей організації. Одна з найбільших проблем, що перешкоджають ефективному управлінню неформальними організаціями, полягає в тому, що більшість менеджерів ставляться до них негативно. Усе це іноді заважає їм побачити потенційні вигоди неформальних організацій.

Якщо менеджери не знаходять ефективних шляхів співробітництва з неформальними організаціями або все ж намагаються придушити їх, вони втрачають можливість скористатися всіма потенційними вигодами неформальних груп. Навіть якщо менеджмент розпустить якусь групу, на її місці обов'язково виникне інша.

Як досягнути роботи неформальної групи на благо компанії? У першу чергу необхідно використовувати неформальні комунікації «між нами», саме вони дають змогу керівникам з'ясувати очікувані наслідки окремих рішень (скорочення персоналу, заохочувальні або адміністративні заходи), визначити рівень сприйняття як особистості керівника, так і його діяльності, визначити специфіку атмосфери в колективі. Також, визначальним фактором є наявність «свого інформатора». Але це може мати як позитивне, так і негативне сприйняття. Завчасно повідомлена інформація може допомогти діяльності організації. Особливою ознакою негативних аспектів діяльності «інформаторів» є вимоги підвищення заробітної плати, отримання кращої посади чи інші види «шантажу». Основний принцип поведінки керівника у неформальних комунікаціях полягає в тому, що інформатор потрібен не заради власної цікавості або з огляду на особисті симпатії, а виключно для інтересів компанії. Що найважливіше у цій взаємодії, то це коректно побудувати стосунки. В інформатора не має скластися враження про рівноправність становища з керівником.

Наступним поширеним видом неформальних комунікацій є пропаганда в бізнесі. За своєю суттю вона дуже схожа на неформальні вербальними комунікаціями. Порівняння пропаганди, зв'язків із громадськістю і неформальних вербальних комунікацій дає чіткий висновок, що всі вони є мистецтвом переконування людей і впливу на їхні дії та думку.

Одним із прикладів ефективного використання неформальних комунікацій є взаємодія працівників в компанії «Квазар-Мікро». Її представник стверджує, що в кожній організації в Україні є неформальні групи, але над ними необхідний контроль. А особливо над кількістю учасників таких груп, адже розглядаючи їх приклад, то руйнуванню ефективності неформальних зустрічей менеджерів «за кавою» сприяло значне збільшення учасників [1].

Більшість українських компаній намагаються орієнтуватись на подібні іноземні компанії, але слід враховувати культурні та поведінкові особливості менталітету українців, адже іноді їх поведінка дещо відрізняються від європейських чи американських звичок до неформальних комунікацій.

У висновках хочу відмітити, що українські неформальні групи лише на початковому етапі до формування налагодженого та більш-менш контрольованого неформального спілкування, проте вигоди неформальних комунікацій очевидні та заслуговують на розвиток у нашій країні для успішного функціонування українських компаній.

Література

1. <http://www.management.com.ua/bp/bp010.html> (інтерв'ю віце президента компанії «Квазар Мікро»)
2. http://bookss.in.ua/book_sutnist-znachennya-ta-osoblivosti-rozvitku-menedzhmentu_810/11_10.1.-sutnist-komunikacij-ta-h-informacijne-zabezpechennya
3. Дикань Н. В. Менеджмент: навч. посібник / Н. В. Дикань, І. І. Борисенко. — К.: Знання, 2008. — 389 с.

Саган О. М. (ф-т управління персоналом та маркетингу, І курс)

НА ВІСТРІ ЧАСУ: ПРЕСА КОСТОПІЛЬЩИНИ ПЕРІОДУ II СВІТОВОЇ ВІЙНИ ЧЕРЕЗ ПРИЗМУ СУЧАСНОЇ ІНФОРМАЦІЙНОЇ ВІЙНИ

Ми живемо в час високих технологій і бурхливого розвитку, інформація поширюється зі швидкістю світла по всьому світу.

Але так було не завжди, був час коли чи не єдиним, справді доступним засобом поширення новин для інформування населення була преса.

Цікаво, а як висвітлювались події II світової війни на шпальтах моєї Костопільщини і чи можна розглядати тогочасну псевдоінформованість через призму сучасної інформаційної війни?

Преса — це німі свідки воєнного періоду, для вилучення потрібної інформації їх потрібно спонукати говорити мовою документів. Адже все далі відходять від нас події II світової війни, йдуть у небуття очевидці. Але є видання цього періоду, вони залишаються на вістрі часу і є найважливішим першоджерелом інформації, своєрідною скарбницею епохи, з якої ми беремо знання про минуле чудового краю. Ця тема є актуальною, оскільки ми живемо в час війни, найжахливішою стороною якої є інформаційна війна.

Історики-краєзнавці Костопільщини Анатолій Карп'юк, Анатолій Вакулка, Олександр Намозов глибше дослідили газету «Костопільські вісті», а про такі видання, як «Костопільська правда», «Самостійність», «Більшовицький шлях» мало відомостей. Звернувшись у Державний архів Рівненської області, Краєзнавчого музею міста та особистих архівів знайомих було вивчено «біографію» газет, що виходили в краї у період II світової війни і дійшли до висновку, що у 1939 році виходила газета «Костопільська правда», яка на нашу думку, і стала першоджерелом зародження українських періодичних видань на Костопільщині. Велика заслуга у цьому її редактора Івана Бейкуна, вихідця з Полтавщини.

У Костопільському районі, який утворився 17 січня 1940 року, до німецької окупації виходила газета «Більшовицький шлях», яка як і «Костопільська правда», відображала радянізацію краю після входження його до складу УРСР. «Більшовицький шлях» — газета гасел парткерівництва, «советів» як тоді говорили жителі краю.

Періодичні видання «Самостійність», «Костопільські вісті», що виходили в період тимчасової німецької окупації були своєрідним рупором самостійницьких ідей, які проголошували їх очільники Григорій Рибак, отець Данилевич, Василь Ющук спільно з костопільською інтелігенцією директором місцевої гімназії Серафимом Бачинським, вчителем історії цього ж закладу Іваном Мітрингою, які були активними дописувачами газети. Згодом ці ж газети сповіщали про «новий порядок», з яким прийшла армія Гітлера і в Костопіль. У них читаємо про комендантські години, примусову відправку жителів Костопільщини на роботу в Німеч-

чину, обов'язки громадян на окупаційній території, розправи над полоненими та мирним населенням. Вражало те, що навіть у таких умовах костопільчани мали можливість безпосередньо познайомитися на сторінках преси зі словом, Уласа Самчука, одного з борців за незалежну Україну, на той час досить вагомим і визначальним.

Газета «Костопільські вісті» — найпродуктивніше працювала у 1942 році, видавала жіночий двотижневик «Українка» та «Українська дитина». Ця газетка без ілюстрацій на простому сірому папері використовувалась як підручник для навчання дітей, заохочувала їх до творчості, пошуку цікавих історій, складання віршів. Дослідивши зміст кожної з газет і яким було відношення до періодичної преси Костопільщини кожного нового режиму.

«Самостійність» — газета, що декларувала державницькі ідеї і пророкувала Україні гідне місце в «новій Європі». На таких же позиціях спочатку стояла і газета «Костопільські вісті». Та зі зміною відношення німецької влади до «пресових засобів» на окупованій території, змінився і вектор її публікацій: від статей про діяльність про діяльність «Просвіти», про норми і порядок життя костопільчан, газета перейшла до висвітлення подій на фронті в німецькій інтерпретації, до передруку інформації з німецьких видань. Редакція переформатовувалася, боячись розправи німецької влади над видавцями. Проте так і не вдалося їм уникнути жорстокого покарання: членів редколегії було розстріляно в Рівному 1943 року.

Отже, у власному дослідженні ми спонукали заговорити німих свідків історії — пресу періоду II світової війни. А також, використали у своїй роботі спогади костопільчан Надії Демчук, що свого часу працювала в газеті «Костопільські вісті», історика-дослідника Намозова, Валентини Блінової, працівниці газети «Червоний промінь». Опрацьовуючи літературу для написання роботи, ми дізнались, що в нашому краї ще, у часи перебування під владою Польщі з 1934 року до 1939 року в Яновій Долині виходила газета «Янова Долина голос робітника». Цікавість переросла у пошук. Ми зробили запит до бібліотеки Нородової у Варшаві. Пошук увінчався успіхом. Підшивки цих газет є, думаю з часом ми обов'язково дослідимо їх зміст.

Як не прикро, але історія повторюється. Від II світової минуло не так багато часу: всього лиш 70 років, а в нас — нова війна, розв'язана сусідами з бажанням знищити українську націю. Бо нині Україна — незалежна держава, географічно та історично — у світоглядному плані, а значить — і в сенсі ціннісному.

Україна є державою європейською, і крім незаконних анексій українських земель Росією, вона піддалася, крім військової агресії, новій формі агресії — гібридній війні, де ключовим джерелом руйнації виступають деструктивні, хаосопороджуючі елементи інформаційно-психологічних операцій. Та якою б потужною не була дана психологічна війна, молоду українську націю, породжену революцією Гідності, озброєною інтелектуально та інформаційно — важко здолати.

Література

1. *Намозов О.* Костопіль. Місто над Замчиськом / О. Намозов. — Рівне, 2013. — 148 с.
2. 4 том. Боротьба проти УПА і націоналістичного підпілля: інформаційні документи ЦК КП(б)У, обкомів партії, НКВС-МВС, МДБ-КДБ. Книга перша: 1943-1945.
3. Костопіль: життя і смерть громади. Упорядник Ар'є Лернер. — Тель-Авів, 1967 р., 704с.
4. Вулицями Костополя / упоряд. і ред. А. Карп'юк. — Костопіль : Костоп. друк., 2007. — 107 с.
5. *Велесик П.* Костопіль : краєзн. нарис / П. Велесик. — Л.: Каме-няр, 1983. — 28 с.
6. *Цинкаловський О.* Костопіль / О. Цинкаловський // Цинкаловський О. Стара Волинь і Волинське Полісся. : (краєзн. слов. від найдавніш. часів до 1914 р.) / О. Цинкаловський. — Вінніпег : Т-во «Волинь», 1984. — Т. 1. — С. 548.
7. Стежками легенд і переказів. Фольклорні топоніми Костопільщини / упоряд. А. Карп'юк ; ред. А. Левчук. — Костопіль, 2001. — С. 20.
8. Державний архів Рівненської області газета «Костопільські вісті» (всі наявні випуски)

Самсонов В. (студент II курсу, спеціальність 6508)

ЗАНЕПАД ЦИВІЛІЗАЦІЇ МАЙЯ: ПОГЛЯД КРИЗЬ ПРИЗМУ РОЗВИТКУ ГОСПОДАРСТВА ТА ДОСВІД ДЛЯ СУЧАСНОЇ УКРАЇНИ

На сучасному етапі науковці виділяють такі цикли цивілізаційного розвитку: зародження, розвиток, розквіт і згасання. Втім не всі локальні цивілізації проходять всі стадії життєвого циклу, в повному масштабі розвертаючись у часі. Цикл деяких з них переривається

в силу багатьох інших причин. Одна з таких «достроково» загинулих цивілізацій — цивілізація майя, що породила безліч питань і створила широке поле для роздумів. У даній доповіді ми дослідили ось ці фактори, що призвели до зникнення цієї «культури-загадки» і висунули власні версії її загибелі. Проведемо «обережні» аналогії з сьогоденням: *чи можуть ті самі чинники негативно вплинути на розвиток сучасної цивілізації? Чи може владна верхівка негативно впливати на розвиток держави?*

Перш за все варто наголосити, що дане питання буде розглянуте відповідно до цивілізаційної парадигми. В основу цивілізаційної парадигми покладено системно-синергетичний підхід, яка передбачає дослідження будь-якого об'єкта як системи. Розвиток суспільства майя буде розглядатися відповідно до таких принципів:

- суспільство майя має унікальні, притаманні тільки йому ознаки;
- суспільство розглядатиметься як системне утворення, що має власну структуру із політичною, економічною, духовно-культурною підсистемами;
- у цивілізації майя вирішальну роль відіграє людина, свідома діяльність якої виступає рушійною силою розвитку суспільства.

Почати треба з того, що до епохи Великих географічних відкриттів жителі Європи не підозрювали про існування людей у Західній півкулі. Історія Америки починається, на думку багатьох європейських дослідників, з моменту висадки на територію Північної Америки перших переселенців з Європи. Індіанське, корінне, населення оголошується чужим і таким, яке не має до американської історії ніякого відношення. Це принципово неправильно. Америка не була безлюдним континентом: з давніх часів її населяли численні жителі, господарський лад і побут яких відрізнявся великою своєрідністю [1].

Визначимо, у яких природно-кліматичних умовах зародилася цивілізація, оскільки це надзвичайно вплинуло на господарське життя майя і визначило долю народу. Отож територія древніх майя охоплює південно-східну частину Мексики, Гондурас і Гватемалу. Для цієї території характерний рівнинний рельєф і теплий клімат, сприятливий для землеробства — основного роду занять майя.

Відзначимо, що це не єдиний вид видобутку їжі. Поряд із землеробством розвивалося тваринництво (одомашнення і приручення тварин: собак, м'ясо яких вживали в їжу, борсуків та оленів). Думка відомого німецького дослідника Курта Крамера про те, що «цивілізація майя.. не знала ні домашніх, ні в'ючних тварин» [5] спростована сучасними дослідниками.

Тепер повернемося до сільського господарства — адже саме застосування високопродуктивних систем землеробства, що потребують залучення багатьох робітників, стало підґрунтям для формування певного суспільного та господарського устрою.

Деякі з дослідників стверджують, що «протягом всієї історії майя їх землеробство носило вкрай примітивний характер» [2]. Проте це твердження ми відкидаємо: за даними останніх досліджень було виявлено, що примітивний характер землеробства був характерним тільки для ранніх періодів розвитку майя, а сама система мільпового землеробства¹ носила продуктивніший характер. Проте майя знали і прогресивніші способи інтенсивного землеробства. Одним з таких способів було створення чінамп². Мільпове й особливо чінампове землеробство вимагало зусиль значної кількості робітників і централізованого управління трудовим процесом [3].

Закономірно, що виникла суспільна необхідність у такій групі людей, яка могла б керувати громадськими роботами, виконувати інженерні функції, вести астрономічні спостереження, астрономічні календарі. Кожен член цього первісного колективу землеробів ставився у все більшу залежність від спільних зусиль, узгодження дій усієї общини. Відповідно для такої замкненої общини, що стала фактично «згуртованим організмом», був характерним редистрибутивний обмін. Таким чином, розвиток виробничих сил у майяському суспільстві породжував тенденцію до формування привілейованого стану служилої бюрократії.

Управлінська верхівка в цій цивілізації була представлена жерцями та «жерцями-торгівцями».

Торгівля майя заслуговує окремої уваги. На пізніх етапах розвитку майя активно торгували з ацтеками: спочатку обмінювали маїс, сіль і рибу на какао-боби, з яких потім робили шоколад, вживати який могли тільки «первісні бюрократи». Цікаво, що існували морські торговельні шляхи між різними приморськими містами і майя перевозили товари на примітивних човнах.

Таким чином, правлячому угрупованню доводилося долати зростаючу суперечність між прагненням знатних домових общин майново збагатитися, зруйнувати гетерогенну общину та об'єк-

¹ Мільпове (від слова «мільпа» кукурудзяне поле ацтекською) землеробство – основний вид землеробства у майя. Передбачає відшукування в лісі придатної для обробки ділянки та її випалювання.

² Чінаmpi — специфічна риса давнього центральноамериканського землеробства. Чінаmpi являли собою вузькі та довгі смуги землі, оточені водою. Чінаmpi давали по кілька врожаїв на рік і, незважаючи на свою порівняно незначну площу, були надзвичайно продуктивними.

тивною необхідністю ведення сукупного господарства, неможливістю остаточно розділити землю [2].

Тепер перейдемо безпосередньо до версії загибелі майя.

Отже, управлінська верхівка, що була представлена управлінською знаттю та жерцями-торговцями, стала особливою «кастою», що фактично «поневолила» саму общину, при цьому верхівка участі у виробництві не приймала і засобами виробництва не володіла.

До того ж, ця знать займалася перерозподілом ресурсів всередині общини і це не могло не викликати повстання пригноблених низів. Не виключено, що природна катаклізма призвела до голоду: під час скрутних часів жерці-управлінці майя приносили в жертву богам багато простолюднів. Для забезпечення підтримання престижу жерців потрібні були какао-боби, які почали обмінюватися на рабів. Всередині общини виникали чвари між управлінцями, які вирішувалися силою: відбувалися локальні сутички, гинули в яких члени общини, зайняті у виробництві, що на певний час ставали воїнами. Взагалі, цивілізація майя — сукупність незалежних невеликих общин, управлінська знать у яких стала найбільшим прошаком населення. Жерці та члени їх сімей (титули передавалися) по суті не могли почати щось виробляти. А тому роздробленість, разом із суперечностями всередині цих общин зробили її абсолютно беззахисною перед завойовниками.

Які висновки можна зробити сучасній людині? Звісно, держава — не община і суспільство пройшло величезний шлях розвитку з того часу ... Але все ж таки деякі аналогії провести можна.

1. Надмірно роздутий бюрократичний апарат і «паразитуючий» клас є причиною зниження рівня життя населення і викликає соціальні суперечності.

2. В Україні у системі влади досі залишається пережитки командно-адміністративної системи — наявність корупції та окремих олігархічних груп, що мають можливість впливати на прийняття важливих політичних рішень, намагання відстояти свої інтереси входять у суперечність з центральним керівництвом (за аналогією суспільства майя: суперечності між знаттю всередині общини — тільки в набагато більших розмірах).

3. І, нарешті. Час минає, а суть людей — ні. Окремі особи підтримують «престиж» предметами розкошу, дорогими будинками і автомобілями. Так само, як і тисячі років тому жерці-торговці вимінювали товари, створені не ними всередині общини, на потрібні блага, тільки для того, щоб підтримати той самий «престиж». І як у ті давні час, так і зараз, це відбувається за рахунок

фактичної експлуатації населення, що безпосередньо зайняте у процесі виробництва товарів.

Література

1. *Галленкамп Ч.* Майя. Загадка исчезнувшей цивилизации. — М.: Наука, 1966.
2. *Гуляев В. И.* Древнейшие цивилизации Мезоамерики. — М.: Наука, 1972.
3. *Гуляев В. И.* Древние майя: загадки погибшей цивилизации. — М.: Наука, 1983.
4. *Гуляев В.И.* Загадки погибших цивилизаций. — М.: Просвещение, 1992.
5. *Керам К. Боги, гробницы, ученые.* — М.: Республика, 1994.

Синиця Вікторія (МЕІМ, 3 курс)

ПЕРСПЕКТИВИ РОЗВИТКУ ТУРИЗМУ В УКРАЇНІ

«Тільки про дві речі ми будемо
шкодувати на смертному одрі — що
мало любили і мало подорожували»
М. Твен

Туризм є розвинутою та однією з найдинамічніших галузей світової економіки. Значної уваги розвиток туризму заслуговує в Україні, оскільки ця галузь може забезпечити значний внесок в економіку держави у вигляді нових робочих місць, збільшення надходжень від зовнішньоекономічної діяльності та поповнення державного бюджету через сплату податків.

Сучасний темп життя залишає нам зовсім небагато часу для відпочинку і подорожей. А зараз здійснити мрію «Навколо світу за 80 днів» стало і зовсім проблематично для українців через складні економічні та політичні обставини. Не правомірно стверджувати, що туризм у докризові часи процвітав, проте той глухий кут, у якому він опинився зараз, вимагає негайної реакції як держави, так і учасників ринку. На мій погляд, тільки глибокий аналіз існуючих проблем, об'єднання зусиль і вироблення чіткої стратегії зможуть дати шанс української туристичної індустрії залишитися на плаву і дожити до кращих часів.

Під час виконання роботи було проаналізовано *недоліки туристичного ринку*, головними з яких є: недосконалість туристичної ін-

фраструктури: відсутність відповідного транспортного парку для оренди; готелі належного класу присутні лише у великих містах, ціни середньоєвропейські або вищі; відсутність адекватного житла економ класу у великих містах; відсутність умов для проведення активних турів: кемпінгів, водних і спелео-станцій, достатньої кількості нового обладнання (рафтів, спорядження для спелеотурів); низькі стандарти сервісу фактично у всіх підрядників; відсутність достатньої кількості гідів, що розмовляють іноземними мовами та достатньо кваліфікованих супроводжуючих; у жодному місті України не роздаються безкоштовні буклети-путівники історико-культурних пам'яток міста. Крім того, не у всіх містах наявні такі путівники, що обумовлено вузьким тлумаченням туризму та малою обізнаністю про різноманіття туристичних послуг.

Значним недоліком розвитку туризму в Україні є *поганий імідж* нашої держави: в основному Україна асоціюється з Чорнобилем, проституцією та дешевою робочою силою, а останнім часом із тяжким воєнним становищем і постійними загрозами життю. У держави відсутня цілісна програма промоції України в світі.

Шкодить *відсутність тренду подорожувати Україною* у громадян України: мода на подорожі Україною серед українців лише встановлюється. На сьогодні подорожують переважно жителі мегаполісів центральної і східної України, середній клас, офісні працівники.

Фінансова криза та зниження купівельної спроможності населення негативно впливає на туристичний ринок. Усе різноманіття туристичної пишноти в один момент зруйнувалося через падіння курсу гривні і, як результат, зниження рівня життя, при якому переважній кількості українців складно подорожувати.

Відсутність державної підтримки туристичної галузі: у засобах масової інформації населення активно проводиться реклама міжнародного туризму і майже відсутня реклама внутрішнього туризму, за виключенням загальновідомих зон туризму та рекреації (Карпати); відсутні кошти на реконструкцію пам'яток історії та архітектурного мистецтва, а залучення інвестицій гальмується через неврегульовану нормативно-законодавчу базу країни. Як відомо, значна кількість населених пунктів України — Хотин, Межиріччя, Ізяслав та інші, мають пам'ятки архітектури XVII—XVIII століття, для відновлення яких необхідні значні капіталовкладення; різноманіттям туристичних послуг, можуть похвалитися переважно міста-мільйонери, міста загальноновизнана зона рекреації та туризму Карпати, деякі історичні та культурні центри. В той час, коли в більшості міст України можна розвивати промисловий, оздоровчий та інші

види туризму. Але для цього ж знову потрібні інвестиції для створення бізнес-центрів, рекреаційних зон відпочинку, які поєднували в собі пасивні та активні види відпочинку.

Наявні проблеми гальмують розвиток туризму та туристичної індустрії в Україні. Вирішення розглянутих проблем вплине як на покращення економічного, так і соціального розвитку країни.

Проте, існують і вагомі переваги, до яких можна віднести колосальний потенціал вітчизняного ринку: приблизно 30 % території України є потенційно туристично привабливими. Із них не більше, ніж 20 % мають розвинуті туристичні маршрути та інфраструктуру чи почали її розвивати.

Україна потенційно цікава для іноземних туристів: це обумовлено відсутністю візового режиму; також Євро-2012 стало першим поштовхом до розвитку в'їзного туризму та інформаційною візитівкою туристичного ринку України; завдяки ЄвроМайдану про Україну почали говорити навіть у найвіддаленіших кутках світу, іноземці все більше прагнуть відвідати нашу країну.

Переваги України серед інших країн:

Цінові: якщо цінова політика для українців стала космічно високою, то для іноземців навпаки — дане становище виявляється надзвичайно вигідним. Подорож до України та сама країна всередині для них є дешевою через знецінення гривні.

Географічні: країна розташована в центрі Європи, через неї проходять різноманітні зв'язки, а щільна мережа транспортних шляхів є сприятливим фактором залучення контингенту відпочиваючих із багатьох країн світу.

Іміджеві: перебування України в центрі уваги протягом останнього року та постійна поява у топ-чартах новин викликає немале бажання самому відвідати Україну у іноземців.

Комунікаційні: канали та способи поширення інформації про туристичний сектор України почали розвиватися та набирають обертів.

Отже, ринок туризму в Україні є перспективним як для внутрішнього туризму, так і для іноземців.

Література

1. <http://turprofi.com.ua> — перший український онлайн-журнал для професіоналів туристичного бізнесу.
2. <http://mastertura.com.ua> — портал для туристичних агентів «Майстер туру».
3. <http://www.kandagar.com/infopage/vnutrennij-turizm-samyj-slozhnyj-segment-biznesa/> — стаття Б. Зілінського щодо внутрішнього туризму.

4. <http://korrespondent.net/ukraine/events/3506029-luibyt-svoe-ukrayntsy-pereoryentyruuitsia-na-vnutrennyi-turyzm> — стаття про попит на тури всередині країни.

5. http://24tv.ua/aktualne_intervyu/v_ukrayini_viris_popit_na_vnutrishniy_turizm_ekspert/n550291 — аналітика внутрішнього туристу.

Солопенко Т. В. (фінансово-економічний ф-т, III курс)

СВІТОВИЙ ДОСВІД ІНВЕСТИВАННЯ В ОБОРОННО-ПРОМИСЛОВИЙ КОМПЛЕКС

Оборонно-промисловий комплекс є однією із важливих галузей економіки країни, яка потребує інвестування, оскільки даний комплекс є засобом, який забезпечує обороноздатність країни, її недоторканість та охороняє її суверенітет. Окрім охоронних функцій дана галузь може і розвивати економіку країни, шляхом торгівлі продуктами ОПК.

Сучасний стан України підтверджує важливість розвитку власного ОПК для обороноздатності держави. Нові тенденції розвитку світової оборонної промисловості свідчать про перехід від орієнтації суто на задоволення власних потреб до розвитку світового ринку озброєння та військової техніки (далі — ОВТ), як високодохідного джерела наповнення бюджету.

У рейтингу країн світу за витратами на військову промисловість у 2014 році першу п'ятірку посідають країни, наведені в табл. 1.

Таблиця 1

РОЗПОДІЛ КРАЇН ЗА ВИТРАТАМИ НА НАЦІОНАЛЬНУ ОБОРОНУ [6]

Країни	Витрати на національну оборону, млрд дол. США
1. США	762
2. Китай	130
3. Росія	43
4. Великобританія	40
5. Японія	36

Зважаючи на важливість інвестицій в ОПК, країни світу порізному вкладають державні кошти в розвиток даної галузі. Динаміку та сучасний стан видатків бюджетів країн США, Росії та України на ОПК розглянемо в табл. 2.

Таблиця 2

**ВИТРАТИ НА НАЦІОНАЛЬНУ ОБОРОНУ
У ВВП США, РОСІЇ ТА УКРАЇНИ [1—3]**

	2012	2013	2014
Сполучені Штати Америки			
ВВП, млрд дол. США ВВП, %	16163,15 100	16768,05 100	17418,93 100
Національна оборона, млрд дол. США Національна оборона, %	818,00 5,1	769,92 4,6	761,50 4,4
Російська Федерація			
	2012	2013	2014
ВВП, млрд дол. США ВВП, %	1068,0 100	1137,0 100	1227,0 100
Національна оборона, млрд дол. США Національна оборона, %	28,4 2,9	36,1 3,2	42,9 3,4
Україна			
ВВП, млрд. дол. США ВВП, %	60080 100	62043 100	66811 100
Національна оборона, млрд. дол. США Національна оборона, %	698,86 1,16	651,65 1,05	1166,15 1,75

Військово-промисловий комплекс США — альянс монополістичного ядра американської військової промисловості з верхівкою державного апарату. Сучасний військово-промисловий комплекс США сформувався в 50-і роки. За даними Бюро економічного аналізу США (Bureau of Economic Analysis) витрати на національну оборону за останні 3 роки в середньому складають 4,7 % від ВВП країни. Інвестиції в оборонну галузь США свідчить про гарантування надійної безпеки держави. Ухвалений військовий бюджет на 2015 рік склав близько 577 млрд доларів, що забезпечить надійне становище

провідним американським оборонним компаніям. Один з інноваційних військових проєктів США є всесвітньовідома система протиракетної оборони GMD. Вартість впровадження даної системи становить 40 млрд грн [4].

Росія входить у трійку країн з найбільшими інвестиційними державними витратами на національну оборону. Активний розвиток оборонної промисловості розпочався з 2007 року. Аналіз статистичних даних свідчить про те, що протягом останніх 3-х років Росія значно збільшила свої інвестиції у військову галузь. Військовий бюджет Росії на 2015—2017 рр. астрономічний (табл. 3) У 2015 р. скорочено витрати на медицину (на 25 %), освіту, культуру, дороги. І лише військові витрати не підлягають скороченню [5].

Таблиця 3

ЗАПЛАНОВАНИЙ ВІЙСЬКОВИЙ БЮДЖЕТ РОСІЇ НА 2015—2017 рр.

Рік	2015	2016	2017
Військовий бюджет, млрд. дол. США	56	53,4	55,6
Частка у ВВП, %	4,2	3,7	3,7

Український ОПК за час незалежності накопичив значні проблеми, зокрема відсутність внутрішніх замовлень; відсутність замкненого виробничого циклу (для деяких зразків ОВТ імпорт комплектуючих та матеріалів досягають 80 %); зношеність обладнання. Вирішення всіх перелічених проблем на сьогодні є запорукою розвитку вітчизняного ОВТ. Аналізуючи дані Міністерства оборони України згідно ЗУ «Про державний бюджет України», можна сказати, що за останні 3 роки інвестиції в оборону галузь держави складають у середньому 1,3 % від ВВП країни.

Україна входить до числа десяти найбільших світових експортерів ОПК. Зокрема, станом на 2013 рік, за обсягом угод на постачання озброєнь у країни, що розвиваються України розділила сьоме і восьме місця з Ізраїлем (по 4 млрд дол.). Отже, всі ці роки ОПК працював не на потреби української армії — до 97 % нової продукції йшла на експорт. Хоча десятки видів озброєння, які випускаються в Україні, могли б оновлювати вітчизняні збройні сили.

Основним інтересом держави на даний момент має бути розвиток галузі, що забезпечує не лише економічну, а й політичну безпеку країни. Збільшення державних видатків на національну оборону значно підвищать конкурентоздатність ОВТ на світовому ринку озброєння.

Література

1. Офіційний сайт Бюро економічного аналізу США [Електронний ресурс] — Режим доступу: <http://www.bea.gov>
2. Офіційний сайт Міністерства оборони Російської Федерації [Електронний ресурс] — Режим доступу: <http://mil.ru>
3. Офіційний сайт Міністерства оборони України [Електронний ресурс] — Режим доступу: <http://www.mil.gov.ua/>
4. Військові новини світу [Електронний ресурс] — Режим доступу: <http://wartelegraph.ru/ssha-protestirovali-obnovlennuyu-sistemu-pro-i-perexvatili-odnovremenno-tri-rakety/>
5. Інтерфакс [Електронний ресурс] — Режим доступу: <http://www.interfax.ru/>
6. Офіційний сайт інформаційного агентства «УНІАН» [Електронний ресурс] — Режим доступу: <http://economics.unian.ua/>

Сподіна В. О. (кредитно-економічний ф-т, магістрант)

ОСОБЛИВОСТІ ФУНКЦІОНУВАННЯ ФГВФО В СУЧАСНИХ УМОВАХ

В умовах світової фінансової кризи питання надійності банківських установ постає найгостріше. В сучасних умовах як економічній, так і політичній нестабільності в Україні проблема розвитку та функціонування системи гарантування вкладів є дуже актуальною. Системи захисту банківських вкладів у тій чи тій формі існують у багатьох країнах світу. В нашій державі з 1998 року, відповідно до Указу Президента України «Про заходи щодо захисту прав фізичних осіб-вкладників комерційних банків України», запроваджено систему гарантування вкладів і створено Фонд гарантування вкладів фізичних осіб [1].

Логічно стверджувати, що вклади населення вважаються одним з основних джерел формування банківських ресурсів і, відповідно, ресурсів держави. Відповідно, першочерговим фактором, що впливає на збільшення обсягу депозитного портфелю банків, є зростання доходів населення. Водночас, не менш важливим чинником розвитку банківської системи є рівень довіри до неї населення, зокрема, з боку вкладників. Як усім відомо, в Україні стан довіри до банківської системи є достатньо низьким, що викликано багатьма факторами. Зауважимо, також, що і доходи населення зараз не мають пози-

тивної тенденції до зростання. Саме тому, ситуація в якій зараз знаходиться наша країна, ще гостріше вимагає удосконалення системи гарантування вкладів — як на рівні практичної сфери діяльності, так і на рівні законодавчої бази.

Сучасний стан ФГВФО в Україні можна аналізувати за показниками, що надаються даною організацією кожний звітний період і є публічно доступною інформацією (станом на 01.01.2015) [2]:

- кількість учасників Фонду — 161 банк (01.03.2015 — 152 банки);
- не є учасниками — Державний ощадний банк України (100 % гарантія держави історично) та АТ «Родовід банк» (є сананційним банком);
- у стадії ліквідації знаходиться 30 банків;
- гарантована сума відшкодування — 200 000 грн, що у 400 разів більше рівня покриття 1998 року та у 24,1 разу більше, ніж середній депозит фізичної особи, забезпечує покриття 99,3 % загальної чисельності вкладників;
- сума вкладів фізичних осіб у банках-учасниках — 382,1 млрд грн;
- середній розмір вкладу — 8213 грн;
- кількість вкладників у банках — учасниках ФГВФО — 46,5 млн осіб;
- процент вкладників, чиї вклади не перевищують 200 000 грн складає 98,7 %;
- загальна сума коштів, що акумульовані Фондом, складає 16,8 млрд грн.

Наступним етапом дослідження особливостей функціонування вітчизняної системи захисту вкладів населення є аналіз відповідності національної системи гарантування вкладів світовим стандартам ефективності. Цей інструмент дослідження було запроваджено науковцем Ю.С. Серпеніною, яка за базу порівняння взяла Ключові принципи для ефективних систем страхування депозитів, які були підготовлені Міжнародною асоціацією страховиків депозитів, а також за участю представників Базельського комітету з банківського нагляду [3]. Відповідно до даного документу існує 18 принципів, відображають загальні підходи і напрями, що забезпечують ефективність практики захисту вкладів. Ці принципи були порівняні із нормами вітчизняного законодавства в галузі регулювання відносин неплатоспроможності банків і гарантування відшкодування вкладникам. Проведений аналіз вітчизняного законодавства з регулювання системи гарантування вкладів (далі — СГВ) свідчить, що в цілому українська СГВ відповідає Ключовим прин-

ципам для ефективних систем страхування депозитів. На нашу думку, проведена реформа 2012 року беззаперечно наблизила вітчизняну СГВ до світових стандартів ефективності захисту вкладів. При цьому, дана реформа не позбавила вітчизняної системи ФГВФО всіх недоліків. Так, на нашу думку, на сьогодні можна виділити ряд актуальних проблем: рівень недовіри до банківської системи та відтоки депозитної бази в умовах кризи зростають, банки наживаються на фінансовій неграмотності більшості населення, виникає необхідність збільшення граничної суми відшкодувань та забезпечення також вкладів суб'єктів господарювання, існує потреба у поповненні фінансових ресурсів фонду (не тільки за рахунок збільшення регулярних зборів, а також завдяки новим підходам до управління активами).

Ефективна багаторічна діяльність Фонду гарантування вкладів фізичних осіб відіграла значну роль у стабілізації банківського сектору економіки під час світової фінансової кризи та показала, що система страхування депозитів не може бути статичною. Вона повинна постійно розвиватися, вдосконалюватися і відповідати на будь-які виклики, що з'являються у сучасному економічному просторі. Таким чином, виявлені проблемні елементи у функціонування системи гарантування вкладів України можна подолати за такими напрямками: партнерська взаємодія ФГВФО та НБУ, формування перехідних банків, збільшення виплат до 500 000 грн, створення прозорішого електронного механізму реалізації активів ліквідованих банків, покращення нагляду ФГВФО за банками шляхом ефективного використання превентивних заходів, надання можливості не вступати до ФГВФО для комерційних банків на початку їх діяльності.

Література

1. Закон України «Про Фонд гарантування вкладів фізичних осіб» / Офіційний сайт Верховної Ради України. [Електронний ресурс]. Режим доступу: <http://zakon2.rada.gov.ua/laws/show/2740-14>.
2. Офіційний сайт Фонду гарантування вкладів фізичних осіб. [Електронний ресурс] Режим доступу: <http://www.fg.gov.ua>.
3. *Серпенінова Ю. С.* Відповідність національної системи гарантування вкладів фізичних осіб світовим стандартам ефективності / Ю. С. Серпенінова. // Проблеми і перспективи розвитку банківської системи України. — 2014. — №38. — С. 240—249.

ЕТИЧНА ЕКОНОМІЯ М.І. ТУГАН-БАРАНОВСЬКОГО І СУЧАСНІ ВИКЛИКИ ЕКОНОМІЧНОГО РОЗВИТКУ

Михайло Іванович Туган-Барановський (1865, Харківщина — 1919, Одеса) — перший український учений зі світовим ім'ям, який рідко згадувався в радянський період через глибокі ідейні розбіжності з марксизмом, насамперед в оцінці суспільної ролі і призначення людини. 150-річний ювілей ученого цього року є гарним приводом віддати належне його соціальній теорії і показати зростаючу роль етичних чинників у сучасній економіці, які довгий час недооцінювалися прихильниками мейнстріму.

Етична економія Туган-Барановського являє собою своєрідний синтез економічної теорії марксизму і моральної філософії І. Канта, яка займає центральне місце в його поглядах.

Вчений-економіст і соціальний філософ водночас, зосередився на проблемі побудови нового суспільства, яке б відповідало кантіанському принципу верховної цінності людської особистості. На його думку, тільки цей принцип може стати єдиною точкою зору на господарство. Адже він дозволяє, підвестися над протилежністю інтересів, у тому числі й класових. Гарантією об'єктивності науки, побудованої таким чином, він вважав саме загально-визнаність цього етичного принципу.

Сьогодні наглядний приклад недотримання цього принципу проявляється не лише у міжособистісних відносинах, але й на глобальному, міждержавному рівні. Так, у ХХІ ст. світ зіткнувся із безпрецедентним проявом агресії з боку країни, яка зобов'язавшись гарантувати цілісність території сусідньої країни, вступила з нею у гібридну війну, порушивши таким чином, правові норми численних угод і конвенцій світового масштабу та знехтувавши усіма своїми зобов'язаннями перед світом.

Таким чином, під сумнівом опинилась уся світова система безпеки та її здатність забезпечувати мир на планеті. І найімовірніше що система, яка не здатна виконувати покладені на неї завдання, мусить бути реформована за новими принципами.

В останні десятиліття посилилася інтеграція елементів етики в економічну теорію, причому не тільки там, де моральні норми виступають головним предметом дослідження, але і в проблемах світової економіки. Вирішення глобальних проблем розвитку виявилось продуктивнішим при залученні етики.

На думку вченого, раціональна поведінка повинна бути принесена в жертву егоїстичним інтересам. «Тільки моральна свідомість може бути протиставлена егоїстичним інтересам людини — і більше нічого» [2, с. 48].

Однак, сьогодні яскраво видно прикрі наслідки того, як людство нехтує базовими моральними принципами у веденні економічної діяльності. Виробники керуються особистими інтересами прагнучи найвищих прибутків, споживачі — найбільшої вигоди за свої кошти. Як наслідок, страждають ті сторони життя, які не мають матеріального вираження у цінах, і, відповідно, не можуть призвести до матеріальних втрат. Люди не змушені платити гроші за забруднення довкілля, нехтування культурним рівнем, порушення суспільного порядку, тому ці та інші суспільні блага відходять для них на другий план, хоча негативні наслідки цієї недбалості і недалекоглядності завдають людству згодом ще більшої шкоди, ніж будь-які майнові втрати.

Аналізуючи умови виникнення етичної політекономії та її подальшого розвитку, можна відслідкувати цікаву тенденцію: етичні методи господарювання викликають інтерес тоді, коли людство стикається з глобальною кризою. Адже тоді переосмислюються базові цінності та методологічні основи економічної науки та системи в цілому. Криза індустріального капіталізму наприкінці XIX — поч. XX ст. стимулювала етико-економічні дослідження багатьох вчених і Туган-Барановського в їх числі.

Причиною нерівності стало небувале зростання продуктивності, в результаті якого створені працею товари знецінюються порівняно з обмеженими ресурсами. Розвиток міжнародної торгівлі і зростання продуктивності праці призводять до рівномірнішого розподілу вироблених продуктів праці, проте розподіл ресурсів між країнами залишається надзвичайно нерівномірним. Позбавлені ресурсів країни розглядають різні варіанти поліпшення становища, в тому числі насильницькі, що призводить до небезпечного поширення методів розподілу «за правом сили».

У теперішній час складається подібна ситуація. З середини XX ст. наростає криза постіндустріального капіталізму, загостренням якої стала глобальна фінансова криза 2008—2010 рр.

Висновок. Слідуючи етичному принципу Туган-Барановського, ті варіанти вирішення міжнародних конфліктів, які передбачають велику кількість людських жертв, за жодних обставин не можна визнати кращими, оскільки ніяке зростання корпоративних прибутків або обсягу ВВП не здатні компенсувати втрату людського життя.

Етичний метод Туган-Барановського, заснований на трактуванні людини як найвищої цінності та на відмові від насильства, не був сприйнятий радянськими економістами того часу, які зробили вибір на користь марксизму і теорії класової боротьби. Таким чином, за минуле століття країна перетворилася з передової держави в експортера природних ресурсів з низьким рівнем життя і відсталою економікою, а країни, в яких були забезпечені права і свободи людини, стали світовими лідерами. Ювілей вченого збігся з черговою фазою кризи світового господарства, загостренням боротьби за обмежені природні ресурси. Людство знову стоїть перед вибором орієнтирів, і етичний підхід Туган-Барановського не дарма виявляється надзвичайно актуальним.

Література

1. Горніна Л. П. М. Й. Туган-Барановський в економічній теорії та історії. — К.: ІЕ НАН України. — 2001. — 268 с.
2. Туган-Барановський М. І. Основы политической экономии. — М. : Российская политическая энциклопедия (РОССПЭН), 1998. — 664 с.
3. Туган-Барановський М. І. Три великих етичних проблеми / М. І. Туган-Барановський // К лучшему будущему : сб. социально-философских произведений. — М. : РОССПЭН, 1996. — 528 с. — (Серия «Научная философия»).

Стороженко Н. С. (ф-т економіки та управління, магістрант)

ЕВОЛЮЦІЯ СТРУКТУРИ ІНТЕЛЕКТУАЛЬНОГО КАПІТАЛУ ПІДПРИЄМСТВА

XXI століття — епоха нових технологій і переваги розуму над грошима, століття знань, де вже не той володіє світом, хто має знання, а той хто вміє ними користуватись. З розвитком нової економіки інтелектуальний капітал стає стратегічним активом, ефективне управління яким дозволяє підприємству отримати конкурентні переваги на ринку.

Перехід до нової економіки сприяє змінам не тільки в підвищенні ролі інтелектуального капіталу, але й в еволюції його структури. Так дослідники виділяють у структурі інтелектуального капіталу людський, структурний, а також все більше вчених включають і клієнтський капітал

1. *Людський капітал* втілений у працівниках компанії у вигляді досвіду, знань, навичок, а також у загальній культурі, філософії фірми, її внутрішніх цінностях, застосованих до виконання поточних завдань. Іншими його складовими є моральні цінності компанії, культура праці та культура управління, культура підприємницької діяльності.

У ХХІ столітті компанії будують свій бізнес на основі «емоційної» економіки, продається не сам товар як такий, а цінність, яку він може принести: комфорт, економію часу, статус тощо. Тобто головним стає не виробити товар, а надати розуміння споживачеві чому саме він потрібен йому і які потреби буде задовольняти. Дана стратегія бізнесу переноситься і на внутрішнє управління. Провідні компанії в розвитку свого бізнесу перш за все орієнтуються на групову роботу працівників, так як інтеграція знань різних людей дає синергетичний ефект, виникає поняття колективного інтелекту. Для створення ефективної команди особисті якості її членів настільки ж важливі, як і професійні. Успіх справи часто залежить від взаємоузгодженості дій і взаєморозуміння всередині колективу, це спрощує процес прийняття і реалізації рішень, а також значно економить час, що є важливим фактором у сучасній динамічній економіці. Тому, на нашу думку, в структурі людського капіталу необхідно виділяти також *емоційно-психологічний капітал*, що характеризує внутрішні особистісні характеристики індивідів. До його входить сприйняття компанії її працівниками, їх здібностей до нововведень, психологічні особливості людини, енергія, сила волі, власна мотивація, моральні принципи та норми особистості, а також її підхід до виконання роботи. Це все внутрішні особистісні характеристики людини, які у дорослому віці вже дуже важко змінити і тому потрібно на них зважати, тому компанія для виконання певної роботи має враховувати якій людині що краще доручити і з кого створити команду.

2. *Структурний капітал* включає в себе об'єктивно діючі фактори та умови, що впливають на формування інтелектуального капіталу на певній визначеній території, зокрема: правові норми, інституціональні складові науки та освіти, капіталізація компаній, соціальні інститути, технології. Крім того, до складу структурного капіталу включають також інноваційний капітал (вкладення в розвиток і виробництво перспективних інноваційних продуктів і послуг), тобто створені зусиллями працівників певні засоби: технічне і програмне забезпечення, організаційна структура, патенти, торгові марки, бази даних, електронні мережі, програмні засоби ЕОМ, інтелектуальна власність [1, с. 327—329].

3. *Капітал взаємовідносин із зовнішніми стейкхолдерами.* Більшість учених виділяють таку складову інтелектуального капіталу, як клієнтський капітал, що є системою усталених, надійних, довгострокових довірчих і взаємовигідних відносин підприємства зі своїми клієнтами, покупцями товару, які склалися за час його роботи на ринку. На нашу думку, необхідно виділяти капітал взаємовідносин із зовнішніми стейкхолдерами, який є розширює поняття клієнтського. Він включає, крім відносин з клієнтами, ще відносини з постачальниками, схеми їх домовленостей, способи ведення переговорів, наданні знижки, умови надання продукції тощо. Довгострокові стабільні відносини з постачальниками дозволяють знизити багато ризиків ведення бізнесу, зменшити витрати, швидше створювати цінність для клієнта, тому створення позитивного іміджу перед постачальниками дозволяє отримати певні переваги перед конкурентами. Щодо конкурентів компанії, то взаємовідносини характеризуються репутацією самої організації, впізнаваністю її бренду, принципів ведення боротьби на ринку. Відповідно до того, як поставить себе компанія, так і конкуренти будуть сприймати її по-різному і застосовувати певні відмінні методи впливу і боротьби.

Оцінку ефективності управління капіталом взаємовідносин може бути здійснено на основі розрахунку й аналізу таких критеріальних показників:

- показники, які оцінюють силу прихильності клієнтів до компанії, ступінь їх довіри до неї, задоволеність рівнем і якістю виконання замовлень, надійність клієнтської бази;

- показники, які характеризують приріст клієнтської бази;

- узагальнюючі показники ефективності (рентабельність клієнтського капіталу, індекс рентабельності клієнтського капіталу, інтегральний показник ефективності управління клієнтським капіталом);

- показники, які характеризують рівень прихильності постачальників до підприємства, рівень їх довіри на основі вчасності виконання грошових зобов'язань, тривалості терміну співпраці, обсягу закупівель;

- загальна сума зекономлених коштів за рахунок наданих відстрочок платежів, знижок, кредитів постачальниками;

- відношення конкурентів до компанії, методи ведення боротьби (чесна конкуренція на ринку чи ні).

Зміни в ринкових умовах функціонування підприємств вимагають врахування їх у діяльності компаній. Так, зокрема розвиток нової економіки і зміна структури інтелектуального капіталу диктують нові правила управління ним і вимірювання ефективності його використання, виникає необхідність врахування психологічних осо-

бливостей людини і створення стійких відносин із зовнішніми стейкхолдерами на ринку для утримання конкурентних позицій.

Література

1. Чухно А. А Інституціонально-інформаційна економіка: підручник / А. А. Чухно, П. М. Леоненко, П. І. Юхименко ; за ред. А. А. Чухна. — К.: Знання, 2010. — 687 с.

Стукан В. А.

(ф-т міжнародної економіки та менеджменту, II курс)

СТАТИСТИЧНИЙ АНАЛІЗ СПОЖИВАННЯ ДОМОГОСПОДАРСТВ

Споживання населення — один з головних компонентів, які визначають розвиток економіки. На споживчі витрати припадає від 2/3 до 3/4 валового внутрішнього продукту.

Дослідження структури споживання домогосподарств є актуальним, оскільки це характеризує рівень життя населення та економічного розвитку країни.

У даному дослідженні витрати домогосподарств поділено на 7 основних категорій: утримання житла, відпочинок, транспорт і зв'язок, їжа та напої, одяг та взуття, алкогольні та тютюнові вироби, освіта та здоров'я. Варто зазначити, що до витрат на відпочинок належать витрати на ресторани, готелі, рекреацію та культуру.

У 2012 році домогосподарства у Великій Британії спрямовували 30,9 % своїх витрат на утримання житла, близько 20,4 % на відпочинок, 16,3 % на транспорт і зв'язок і 9,2 % витрачали на їжу. За 10 років (порівняно з 2002 роком) зміни у структурі витрат відбулися здебільшого за рахунок збільшення витрат на утримання житла (у 2002 році — 25,2 %). Основною причиною цього є збільшення цін на енергоресурси. Структура витрат домогосподарств за даними категоріями змінилася в 2012 порівняно з 2002 у середньому на 1,5 п.п.

У 2002 році домогосподарства України витрачали найбільшу частку своїх коштів на їжу (59 %), утримання житла (12 %) та одяг і взуття (5,4 %). Це головним чином відображає низький рівень життя населення. Період з 2002 по 2013 рік характеризується значним зниженням частки витрат на їжу (з 59 % до 50 %) та незначним зменшенням частки витрат на утримання житла. Частка транспорту і зв'язку зросла на 2,8 п.п. Ці фактори відображають позитивні зру-

шення в економіці країни і здебільшого пов'язані зі зростанням доходів населення. У середньому структура витрат змінилася на 2,35 п.п., що відображає вищу інтенсивність економічних змін в Україні порівняно з Великою Британією.

Коефіцієнт подібності структур споживання домогосподарств України та Великої Британії за 2012 рік становить 55,8 п.п., а за 2002 рік — 48,8 п.п. За 10 років розвитку структура витрат в Україні значною мірою змінилася в напрямку розвинених країн, прикладом яких і є Велика Британія.

Частина доходу, яка не споживається, залишається у населення у вигляді заощаджень. Заощадження показують суму грошей, яку споживачі готові витратити в майбутніх періодах. У цілому за період з 1999 по 2013 роки середньомісячні заощадження домогосподарств зросли на 735 грн, що в результаті виразилося в позитивному значенні розміру заощаджень.

Характерною рисою України є недовіра населення до фінансових установ, тому заощадження не перетворюються в інвестиції, що відображається у повільних темпах розвитку України відносно потенційно можливих.

Несприятлива політична та економічна ситуація останніх років вилилася в посилення економічної кризи в Україні, через що держава не може продовжувати всезагальне субсидування витрат на природний газ та підтримувати стабільний курс гривні. Внаслідок цього зростають ціни на газ і паливо для населення, що значною мірою впливає на структуру споживання. У майбутньому очікується значне зростання частки витрат на транспорт та утримання житла (особливо на комунальні послуги). Підвищення ціни на паливо призведе до підвищення загального рівня цін і, як наслідок, зменшення рівня заощаджень населення. Таким чином, домогосподарства витратимуть більше на утримання житла і будуть вимушені зменшити витрати на інші (менші важливі) сфери споживання, такі як одяг і взуття, відпочинок, і, можливо, на сферу освіти та здоров'я.

Потреба у підвищенні споживчого попиту призведе у недалекому майбутньому до підвищення заробітної плати, що в довгостроковій перспективі може спричинити покращення рівня життя населення та оптимізацію структури його витрат.

Література

1. www.ukrstat.gov.ua
2. www.gov.uk
3. Єріна А. М., Пальян З. О. Теорія статистики: Практикум. — К.: Знання, 2004.

INTERNATIONAL MARKETING WITH A SPECIAL FOCUS ON CULTURAL DIFFERENCES

Peter Ferdinand Drucker once said: «It takes a lot of effort to understand a local customer, and much more have to be done to understand a foreign one».

The article aims to show what should be taken into account to understand a foreign customer.

The number of companies operating internationally is growing constantly. The world is opening up for foreign firms and new destinations. Because of high competition the companies operating abroad are faced with a much larger task than before. When going international the challenges the company must handle are new and unfamiliar. Obstacles the firm never faced before are becoming crucial in the everyday work. Culture is one of these obstacles and can affect the entire co-operation. For example, if you're in China or Japan it is important to know that giving a gift to a business partner is an important part of the relationship. However, presenting a clock is a bad idea, because it is associated with death and funerals. As for the flowers — white color isn't an appropriate choice for the same reason and the number of flowers should be even.

Culture can influence the business in different ways. Language problems, pricing difficulties and culture collisions are not uncommon, especially in the beginning. The company must be able to handle these difficulties in a way that is satisfying also for the other part. Mistakes can be difficult to correct and disrespect for the foreign culture can destroy the entire operation.

Respecting and understanding the new culture, without forcing our own beliefs on people, are things that can be extremely helpful to consider.

So to become successful in entering new markets an effective strategy is needed. The so-called 'glocalization' framework strives to achieve the slogan 'think globally but act locally' through dynamic interdependence between headquarters and subsidiaries. Organizations following such a strategy coordinate their efforts, to ensure local flexibility while exploiting the benefits of global integration and efficiencies and worldwide diffusion of innovation. The two extremes in global marketing, globalization and localization, can be combined into the 'glocalization' strategy.

McDonalds is a good example of how this strategy is implemented. It has a set of standardized options in the menu, but at the same time you may see a variety of adapted dishes in different countries depending on consumers' preferences.

In India McDonalds offers a lot of vegetarian dishes, while in France, Germany and Austria it serves a lot of meat burgers with beer.

Culture can be thought of as having three other levels. The structure of these levels is like that of an iceberg. The part of the iceberg that you see above the water is only a small fraction of what is there. What you cannot see are the values and assumptions that can sink your ship if you mistakenly run into them. Daily behavior is influenced by values and social morals that work closer to the surface than the basic cultural assumptions. The values and social norms help people to make adjustments to their short-term daily behavior; these standards change over shorter periods of time (ten or twenty years), whereas the basic cultural assumptions are probably formed over centuries.

One way to approach the analysis of cultural influences is to examine cultures by means of high-context and low-context analysis.

In a higher-context culture, many things are left unsaid, letting the culture explain. Words and word choice become very important in higher-context communication, since a few words can communicate a complex message very effectively to an in-group (but less effectively outside that group), while in a low-context culture, the communicator needs to be much more explicit and the value of a single word is less important.

Ukraine is situated on the crossroads literally — on major transportation routes from Europe to Asia and from the Scandinavian states to the Mediterranean region. But it is also on the crossroads figuratively, since it is affected by eastern and western cultures. To define our cultural features, both high-context and low-context cultures should be considered. Ukraine represents a mixture of completely opposite philosophies and that may create many misunderstandings inside the country.

The perception of timing in Ukraine is more elastic, not as strict as may be found in western societies. A fundamental difference between Ukrainians' and westerners' mindset is that westerners tend to take on a greater amount of individual responsibility, while we rely on groups or external factors. Building strong business relationships is also a part of our culture.

During the last years some significant changes happened, which caused changes in our business culture. That is how many contradictions appeared. Some of them have a negative impact on

productivity and efficiency of businesses, because they basically fight with each other. These are authoritarian leadership style, not very deal-oriented working style and strong influence of government. New tendencies show that many companies and younger generations are more deal-oriented and prefer decentralized models as well as a democratic leadership style.

For new generations it is important to choose one path and follow it so that some cultural influences aren't contradictory but supplementing and create a strong and favorable environment. One year ago Ukraine showed its choice to the world and its readiness to changes. So now changes in business culture, in particular, are needed in order to build a strong and competitive economy.

As for international marketing, it is gaining its importance and is used by many successful companies. Nowadays international marketing is a crucial part of success. And if we want to build a good and competitive country we should develop in this direction, especially when we have so much potential.

References

- Hollensen, Svend (2014): *Global Marketing*, 6th ed., Pearson Education
- Crane, Andrew; Matten, Dirk (2010): *Business Ethics*, 3rd ed., Oxford University Press
- Auguste, B.G., Harmon, E.P. and Pandit, V. (2006) 'The right service strategies for product companies', *McKinsey Quarterly*, 1 March, pp. 10–15.
- Bellin, J.B. and Pham, C.T. (2007) 'Global expansion: balancing a uniform performance culture with local conditions', *Strategy & Leadership*, 35(6), pp. 44–50.
- Segal-Horn, S. (2002) 'Global firms: heroes or villains? How and why companies globalize', *European Business Journal*, 14(1), pp. 8–19.
- Svensson, G. (2001) '«Glocalization» of business activities: a «glocal strategy» approach', *Management Decision*, 39(1), pp. 6–18.
- <https://www.foreigntranslations.com/languages/ukrainian-translation/ukrainian-business-etiquette/>
- <http://tema2000.com.ua/services-2/regoins/ukraine-regoins/ethics.html>

Танковська К.І., (ф-т економіки та управління, I курс)

ПРОЦЕС ЛЮСТРАЦІЇ ВЛАДИ

Контроль за діяльністю органів державної влади є досить суттєвим процесом сьогодення, а процес люстрації — ключовим для побудови держави з чесними та компетентними посадовими осо-

бами. І від цих осіб залежить соціально-економічний розвиток держави, рівень легітимності влади, ефективність функціонування уряду та багато інших факторів.

Мета роботи полягає в теоретичному дослідженні сутності поняття «люстрація» та здійсненні аналізу люстраційних процесів в Україні та провідних країнах світу.

Питанням люстрації цікавилися чимало вітчизняних і зарубіжних науковців, зокрема: Е. Бланкенбург, В. Дейниченко, І Левенко, А. Присяжнюк, І. Рибачок, А. Руденко, О. Сахно, Е. Фіштейн, С. Шевчук та ін.

Більшість із них під сутністю «люстрація» розуміє ряд політичних і юридичних заходів, мета яких — ліквідація наслідків попереднього, ворожого людині і народу, режиму. Люстрація, на їхню думку, відбувається при повній зміні політичної системи суспільства. Люстрація розглядається як один із засобів очищення влади всіх рівнів від недобросовісних і некомпетентних посадових осіб.

Суспільство під час переходу від антидемократичного до демократичного політичного режиму стикається із чималою кількістю проблем щодо забезпечення безболісної та ефективної трансформації системи державного управління та розбудови громадянського суспільства. Цілі такої трансформації держави та суспільства, як відомо, полягають у розбудові плюралістичної демократії, що ґрунтується на принципах верховенства права, поваги до прав людини і основних свобод і громадянського суспільства. Саме тому одним із важливих кроків влади в такому становищі має стати люстрація.

Сам термін «люстрація» походить від лат. *lustratio* — очищення через жертвопринесення і означає заборону діям високого рангу, які скомпрометували себе, упродовж певного часу або пожиттєво працювати на державній службі. Люстрація для суспільства — це процес очищення влади від конкретних організацій та осіб, причетних до злочинів проти народу.

Завдяки люстрації нова влада набуває легітимності. Суспільство, яке хоче захисту від повернення диктатури, запроваджує цю процедуру. Прийняття на ту чи ту владну посаду відбувається згідно з чіткими правилами і вимогами до претендентів, а сам процес люстрації в жодному випадку не є каральною операцією чи помстою, а моральним очищенням.

У XX ст. застосування люстрації, яка повинна привести до очищення органів публічної влади від корумпованих управлінців попередніх тоталітарних і авторитарних режимів, почалася з денацифікації після закінчення Другої світової війни за рішенням Потсдамської конференції 1945 р. Люстрація мала місце в 1990-ті роки

в ряді держав Центральної та Східної Європи після краху радянських режимів. Застосування люстрації триває й нині.

Так, 5 травня 2013 р. у Лівії був прийнятий закон про люстрацію, що забороняє високопоставленим представникам режиму М. Каддафі займати посади в нових органах влади (Лівійський парламент 2013 р.).

Люстрація поділяється на такі види: державна, економічна та політична. Усі види люстрації мають свої особливості та відповідний механізм публічного здійснення. Водночас, доцільно зазначити, що в Німеччині, Польщі, Чехії, Угорщині, Румунії, Литві, Латвії та Естонії на рівні окремих законів була запроваджена саме державна люстрація.

Люстрацію у зазначених країнах проводили, приймаючи закони і впроваджуючи практику недопущення в апарат управління, суди, правоохоронні органи та інші державні органи осіб, які себе скомпрометували. Досвід цих держав засвідчує, що серйозні конструктивні зміни на краще відбулися там, де після демократичних перетворень змінювалася й влада.

Отже, люстрація — політична практика, яка полягає у законодавчому обмеженні прав деяких категорій осіб, що виділяються за професійними, партійними, релігійними або іншими ознаками.

Головна мета люстрації — повне і невідновне руйнування правлячої номенклатури як консолідованого шару, яке монополізувало політичну, державну, економічну владу та інші сфери суспільного життя.

Практика люстрації застосовується вже давно: типовим зразком є радянські «чистки» 1920—1930-х рр. та обмеження прав колишніх дворян, чиновників імператорської влади, жандармів. У Східній Європі в 1989 р. був обмежений доступ до державних посад для осіб, пов'язаних в минулому з комуністичним режимом (включаючи співробітників і агентів таємної поліції та членів комуністичних партій).

Запровадження в державі обов'язковості проходження процедури перевірки при призначенні/обранні на посади в органах державної влади (державних органах), а також осіб, які вже займають ці посади, дасть змогу сформувати апарат управління з осіб, які не скомпрометували себе співучастю у злочинах попередньої політичної системи, а також очистити апарат управління від осіб, які причетні до злочинів попередньої влади. Люстраційні процеси сприяють розвитку держави, зниженню корупції, підвищують ефективність роботи владних структур та інше. І, що не менш важливо, — дають змогу підвищити рівень довіри народу до влади.

Література

1. Сахно О. Що таке люстрація? З досвіду країн соціального табору [Електронний ресурс] / О. Сахно. — Режим доступу: <http://www.lustration.org.ua>.
2. Шевчук С. Люстрація та ретроспективна справедливість. Європейські стандарти захисту прав людини при переході до демократичного правління / С. Шевчук // Юридичний журнал. — № 2. — 2006.
3. Бойцова В., Бойцова Л. Люстрация в Центральной и Восточной Европе. «Правозащитник» — № 3. — 1999.

Тесленко Є. П., (фінансово-економічний ф-т, I курс)

ПЕРЕВІРКА СТАТИСТИЧНИХ ГІПОТЕЗ ДЛЯ ЕКОНОМІЧНОГО АНАЛІЗУ І ПРОГНОЗУВАННЯ

Сучасна економічна наука не може існувати без математичних і статистичних методів, застосування яких в економіці дає змогу будувати економіко-математичні моделі, оцінювати їхні параметри та перевіряти твердження (гіпотези) про властивості економічних характеристик і форми їх взаємозв'язку. Перевірка гіпотез є основною процедурою підведення підсумків про поведінку досліджуваної ознаки генеральної сукупності і має різноманітне застосування, як у бізнесі й економіці, так і у багатьох інших сферах.

Статистична гіпотеза — це певне припущення про вигляд невідомого закону розподілу генеральної сукупності (*непараметричні гіпотези*) або про значення параметрів відомого розподілу (*параметричні гіпотези*).

Гіпотезу, що підлягає перевірці, називають *нульовою гіпотезою* та позначають H_0 . Одночасно з нульовою гіпотезою формують *альтернативну гіпотезу* H_1 , яка заперечує твердження нульової гіпотези і яка приймається у випадку відхилення H_0 .

Правило, за яким на підставі вибірових даних приймається рішення про відхилення або невідхилення статистичної гіпотези, H_0 , називається *критерієм*. Критерій K — це спеціально підібрана випадкова величина з відомим законом розподілу при виконанні нульової гіпотези H_0 .

Множину всіх можливих значень критерію K розбивають на дві неперетинні підмножини: множину значень, при яких гіпотеза відхиляється (*критична область*); множину значень, при яких

H_0 гіпотеза H_0 не відхиляється (область допустимих значень). Значення критерію, які відокремлюють критичну область від області допустимих значень, називають критичними точками K . Критична область може бути правосторонньою ($K > k_{кр}$), лівосторонньою ($K < k_{кр}$) або двосторонньою ($K < (k_{кр})_1$).

При перевірці гіпотези можуть бути допущені помилки двох типів: *помилка 1-го роду*, якщо відхилено вірну нульову гіпотезу, і *помилка 2-го роду*, якщо не відхилено хибну нульову гіпотезу. Ймовірність помилки 1-го роду позначається та називається *рівнем значущості*. Ймовірність не припуститися помилки 1-го роду називається *рівнем надійності* та позначається $\gamma = 1 - \alpha$.

На основі вибірових даних обчислюють *спостережуване значення* $k_{сн}$ критерію K . Якщо спостережуване значення $k_{сн}$ належить критичній області, то нульову гіпотезу відхиляють на користь альтернативної гіпотези. Якщо $k_{сн}$ не належить критичній області (тобто потрапляє в область допустимих значень), то з ймовірністю γ стверджують, що нульова гіпотеза не суперечить експериментальним даним на фоні конкуруючої гіпотези, а тому немає підстав для її відхилення.

Задача. Компанія, що займається міжміськими пасажирськими перевезеннями, вирішила закупити партію нових автобусів. Придбання нових автобусів принесе компанії суттєву вигоду лише в тому випадку, якщо витрати пального на нових автобусах не перевищать 17,5 л на 100 км траси. Компанія-продавець надала покупцеві автобус на 4 тижні (28 днів) для перевірки загальних витрат пального. Результати щоденних прогонів наведено в таблиці:

x_i	9	10,5	12,6	14,1	15	15,9	16,8	18,5	19,2	21,6	22	24,7
n_i	1	1	2	1	1	4	3	3	4	3	2	3

Чи варто автотранспортній компанії купувати нові автобуси?

1-й крок. Формулюємо нульову гіпотезу про значення генеральної середньої (середніх витрат пального на 100 км траси) H_0 : $\bar{x}_Г = 17,5$ при альтернативній гіпотезі, яка означає, що нові автобуси не принесуть суттєвої вигоди компанії-покупцю. За такого формулювання H_1 : $\bar{x}_Г > 17,5$ яка виконується одностороння (правостороння) перевірка.

2-й крок. Оскільки обсяг вибірки $n = 28 < 30$ і невідоме значення середнього квадратичного відхилення генеральної сукупності $\sigma_Г$, то (за умови, що ознака X генеральної сукупності має

нормальний закон розподілу) у якості критерію обирається випадкова величина

$$T = \frac{\overline{X_B} - \mu_0}{\frac{s}{\sqrt{n}}}, \text{ де, } \mu_0 = 17,5 \quad (1)$$

яка має розподіл Стюдента з $\nu = n - 1 = 28 - 1 = 27$ ступенями свободи.

На основі наведених у таблиці вибірових даних за допомогою критерію узгодженості Пірсона при рівні значущості $\alpha = 0,01$ було перевірено (не відхилено) гіпотезу про нормальний закон розподілу ознаки X , що дає вагомі підстави для застосування критерію (1).

3-й крок. За даними таблиці критичних точок розподілу Стюдента з рівнем значущості $\alpha = 0,01$ критична точка: $t_{кр.} = t(\alpha = 0,01; \nu = 27) = 2,473$. Отже, правостороння критична область має вигляд: $(2,473; +\infty)$.

4-й крок. За вибіровими даними обчислюємо спостережуване

$$\text{значення критерію } T: t_{cn.} = \frac{\bar{x}_B - \mu_0}{\frac{S}{\sqrt{n}}} \approx \frac{17,913 - 17,5}{\frac{3,807}{\sqrt{28}}} \approx 0,576 \dots$$

5-й крок. Оскільки $t_{cn.} \notin (2,473; +\infty)$, то немає підстав для відхилення нульової гіпотези на користь альтернативної. Таким чином, для компанії-покупця це означає, що за результатами проведеного тестування нового автобусу із ймовірністю 0,99 можна стверджувати про їх вигідність (тобто варто купувати).

Література

1. Гмурман В. Е. Теория вероятностей и математическая статистика: Учеб. пособие для вузов. — М.: Высшая школа, 2003. — 479 с.
2. Кремер Н. Ш. Теория вероятностей и математическая статистика: Учебник для студентов вузов, обучающихся по экономическим специальностям — М.: Юнити-Дана, — 2010. — 551 с.
3. Письменный Д. Т. Конспект лекций по теории вероятностей и математической статистике. — М.: Айрис-пресс, 2004. — 256 с.

Тихонович О. В., (фінансово-економічний ф-т, магістрант),
Комар С.С., (менеджер WEB-комунікацій
ПрАТ «СК «АХА Страхування»

ВИКОРИСТАННЯ ІННОВАЦІЙНИХ ІНСТРУМЕНТІВ СТРАХОВОГО МАРКЕТИНГУ ДЛЯ ЗАБЕЗПЕЧЕННЯ РИНКОВИХ ПЕРЕВАГ СТРАХОВОЇ КОМПАНІЇ

Для забезпечення високорентабельної діяльності страхових компаній не лише у короткостроковому, а й у довгостроковому періодах необхідно формувати сприятливе страхове середовище, в якому будуть максимально враховані та захищені інтереси всіх суб'єктів страхування. У цьому контексті важливим постає впровадження інноваційних розробок у сфері надання страхових послуг [1].

Діяльність жодної страхової компанії не може бути успішною без вдалої маркетингової діяльності. Сутність маркетингової діяльності страховика полягає в дослідженні страхового ринку і впливу на нього з метою досягнення високого рівня прибутку та захоплення якомога більшої частки страхового ринку.

Маркетингова діяльність страхової компанії має максимально відповідати стратегічним напрямкам її діяльності. Страховик розробляє маркетингову політику для визначення інструментів, які будуть використовуватися для досягнення поставлених цілей.

При визначенні маркетингових інструментів, страховик має оцінити ситуацію на ринку та запровадити інноваційні заходи для збереження ринкових переваг компанії.

Інноваційний процес передбачає поступове формування конкурентоспроможної страхової послуги, яка за своїми кількісними та якісними ознаками буде перевищувати свої аналоги. Забезпечення конкурентоспроможності страхової послуги залежить від рівня задоволення страхувальників в отриманому страховому захисті.

Забезпечення якості страхових послуг є необхідною умовою інноваційного процесу. Основними критеріями якості страхової послуги є [1]: імідж страхової компанії; соціально-економічні характеристики; фінансові характеристики; капіталізація страхової діяльності; прозорість і ступінь доступності; партнерські взаємовідносини між страховиком і страхувальником; надійність і безпечність; швидке, якісне і справедливе врегулювання страхових подій.

Важливим напрямком інноваційної діяльності страховика є надання комплексного страхового захисту для реальних та по-

тенційних страхувальників. Це дає можливість отримати гарантований і повний комплекс високоякісних страхових послуг та пост реалізаційне обслуговування. Для страхувальників — це сприятлива нагода наростити обсяги реалізації страхових продуктів, отримати додатковий дохід, залучити додаткових клієнтів, розширити страхове поле, створити позитивний імідж для компанії.

Українські страхові компанії у своїй діяльності мають постійно вдосконалювати раніше розроблений комплекс системних заходів і пристосовувати його до умов на ринку, що буде сприяти гармонізації всіх етапів страхового процесу та принесе фінансово-економічний та соціально-правовий ефект від страхування.

Останнім часом маркетингологи, які працюють у сфері страхування, почали використовувати інноваційні інструменти при розробці маркетингових політики страхової компанії.

Усі страхові компанії, які функціонують на ринку страхування, надають можливість своїм поточним і потенційним клієнтам розрахувати вартість страхового полісу з популярних видів страхування. ПрСК «АХА Страхування» запровадила функцію придбання полісу онлайн, що значно полегшує процес купівлі-продажу та економить час страхувальника.

Ще одним інструментом страхового маркетингу, який використовують страхові компанії, є «телеврегулювання» — реєстрація і супровід страхової події по телефону. Дана новація дозволяє страхувальнику отримати необхідну інформацію в разі настання страхової події.

Усе більшої популярності набуває налагодження особистих контактів страховика з клієнтами через використання соціальних мереж (Фейсбук, Твітер, ВКонтакті, Ютуб та ін.) [4]. Кожна компанія сегментує ринок і використовує ті соціальні мережі, які зосереджують найбільшу кількість потенційних клієнтів. Соціальні мережі використовуються для проведення різноманітних акцій, надання цікавої інформації та налагодження «дружніх» взаємовідносин із наявними та потенційними страхувальниками.

Широкого використання страховими компаніями набуває використання рекламних банерних площин у мережі Інтернет, які привертають увагу Інтернет-користувачів на рекламне оголошення страхової компанії.

Одним з поширених інструментів є розміщення реклами в пошуковій системі Google (Google AdWords). Розміщення даного виду реклами забезпечує залучення нових клієнтів, охоплення цільової аудиторії в потрібний момент, отримання глобальної та

локальної реклами, зменшення витрат на реклами (страховик сплачує кошти тільки тоді, коли потенційний клієнт натискає на оголошення і переходить на Web-сайт страхової компанії або дзвонить в офіс).

Окрім перелічених раніше інноваційних інструментів маркетингу здійснюють SEO-оптимізацію Web-сайту страхової компанії (процес коригування HTML-коду текстового наповнення (контенту), структури сайту, контроль зовнішніх чинників для відповідності вимогам алгоритму пошукових систем, з метою підняття позицій сайту в результатах пошуку в цих системах за певними запитами користувачів) [3].

Отже, для досягнення стратегічних цілей страхової компанії маркетингова політика має поєднувати традиційні маркетингові інструменти з інноваційними. Це дасть можливість страховику втримати лідерські позиції та досягти таких цілей, як збільшення прибутку та частки ринку.

Література

1. Дема Д. І. Страхові послуги: навч. посібник / Д. І. Дема, О. М. Віленчук, І. В. Дем'янюк; за заг. ред. Д. І. Дема. — [2-е вид. перероб. та допов.]. — К.: Алерта, 2013. — 526 с.
2. Козьменко О. В. «4Р» маркетингу страхових компаній; монографія / [Козьменко О. В., Козьменко С. М., Васильєва Т. А. та ін.]; кер. авт. кол. д. е. н., проф. О. В. Козьменко. — Суми: Університетська книга, 2014. — 432 с.
3. Web — сайт ПрАТ «АХА Страхування», режим доступу: <http://axa-ukraine.com/>
4. http://uk.wikipedia.org/wiki/Оптимізація_для_пошукових_систем
5. http://uk.wikipedia.org/wiki/Маркетинг_в_соціальних_мережах

Ткаченко Д. (ф-т МЕІМ, 3курс)

ЛОЯЛЬНІСТЬ ПЕРСОНАЛУ

У наш вокабуляр слово «лояльність» увійшло міцно і давно: громадська лояльність, лояльність клієнтів, лояльні партнери. Всі ці поняття об'єднує один психологічний феномен, однак прояви його у реальному житті є досить відмінними, оскільки лояльність — це процес, і як кожен процес вона підвладна змінам під впливом об'єкту і суб'єкту даних дій, де суб'єктом є працівник, який переживає лояльність відносно об'єкта процесу в образі місця роботи

— сплетіння змісту та оплати праці, відносин із колегами, корпоративної культури та особистісно важливих складових.

Лояльність персоналу варто розуміти як справедливу оцінку працівником відношення до нього з боку компанії: це специфічна форма відповіді на питання «що, окрім зарплатні, дала мені компанія?».

Під еталоном, піком переживання лояльності до компанії розуміють «організаційне громадянство», при якому працівник не покине компанію у найважчі часи, а навпаки кине всі сили на її реабілітацію. Досягти піку можна лише шляхом градації «благонадійність» => «прихильність» => «відданість» => «організаційне громадянство», але оскільки лояльність є процесом, проходження шляху може бути стрибкоподібним, як у вгору, так і вниз.

Серед чинників, що впливають на формування лояльності, зазвичай виділяють справедливу винагороду, виконання умов контракту, сприятливу атмосферу в колективі, однак на нашу думку, ці чинники скоріше формують мотиваційну складову діяльності працівників, оскільки досвід розвинутих економік і громадянських суспільств доводить, що вони є базою продуктивної праці та мають забезпечуватися за замовчуванням.

Ми вважаємо, що найвпливовішими чинниками побудови лояльності персоналу є довіра і повага, чіткість поставлених цілей, наявність реальної перспективи та реалізація стратегії заохочувальних заходів.

Міжнародна практика доводить, що частка прихильного персоналу в колективах у середньому в світі дорівнює 32—34 %. В Україні цей показник менший майже у 10 разів і становить від 3 до 5 %. Причин для такої десятикратної різниці вистачає, проте основною, на наш погляд, варто визнати байдужість керівництва до feedback-у працівників та їхнього «самопочуття» на робочому місці, що проявляється в неспроможності відповісти навіть на визначально стратегічне питання «заради чого працівнику бути лояльним до вашої компанії?».

Оскільки лояльність є процесом, керувати нею не тільки можна, а й украй необхідно. Особливо це стосується визначення потенційно прихильного персоналу на етапі співбесід, що суттєво знизить витрати майбутніх періодів на вирошування «організаційного громадянства» в колективі.

Процес визначення потенційної прихильності відбувається за допомогою запитань-маркерів двох типів, де перший — це питання абстрактного характеру про ідеал керівника, поняття хорошої команди і успіху, щоб зрозуміти наскільки цінності людини близькі до

цінностей компанії, і другого типу — запитання-моделювання проблемної ситуації у робочому процесі, яке допоможе зрозуміти ступінь прийняття потенційним працівником проблем компанії як своїх власних та оцінити привабливість рішень по розв'язанню проблеми відносно корпоративної культури.

У періоди геополітичних та економічних потрясінь, стабільність діяльності переважної більшості компаній формується не стільки за рахунок основних фондів, скільки за допомогою відданості персоналу, що залишається із компанією «і в горі, і в радості», тож тим топ-керівникам, що не знають, чи лояльними є їхні працівники, зараз більш як час замислитися чи лояльним є персонал до компанії насправді.

Література

1. *Наталія Пилат*. Лояльність персоналу до організації в контексті цінностей та самореалізації особистості // Український науковий журнал «Освіта Регіону». — #1-2. — 2014. — 239 с.
2. *Татьяна Ветошкина*. Кадровая безопасность и лояльность персонала // Кадровик и кадровый менеджмент. — #1. — 2010.
3. *Константин Оксинайд*. Лояльность и преданность персонала // Центр дистанционного образования «Элитариум 2.0». — 2013.
4. *Светлана Иванова*. Кто такой лояльный сотрудник? // Авторский блог на портале Business Seminar. — b-seminar.ru.— 2014.
5. *Константин Харский*. Лояльный сотрудник — что это значит? // Интервью журналу «Coach». — loyalty.info.— 2015.

Турук Т. Г. (кредитно-економічний ф-т, магістрант)

УПРАВЛІННЯ КРЕДИТНИМИ ПРОДУКТАМИ БАНКУ НА РОЗДРІБНОМУ РИНКУ УКРАЇНИ (НА ПРИКЛАДІ ПАТ «АЛЬФА-БАНК»)

Існує безліч тлумачень поняття «роздрібний ринок». У контексті даної роботи зупинимося на тому з них, що роздрібний банківський ринок являє собою сукупність банківських операцій роздрібних клієнтів (умовно-роздрібних — суб'єктів малого бізнесу та безумовно роздрібних — фізичних осіб) [1, с. 206].

Особливості функціонування роздрібного банківського ринку визначаються особливостями потреб його клієнтів, однак він під-

дається впливу процесів, що відбуваються у банківській системі в цілому. На даному ринку спостерігаються такі тенденції:

- вплив іноземного капіталу, переорієнтація банків на внутрішні ресурси;
- висока концентрація ринку;
- посилення впливу на діяльність банківської системи системоутворюючих банків;
- зменшення обсягів довгострокового кредитування;
- розвиток роздрібного кредитування.

На сучасному етапі основним напрямом вітчизняного роздрібного банківського бізнесу є обслуговування саме фізичних осіб, які займають вагомі позиції в загальній чисельності клієнтів банків, обсязі банківських депозитів і наданих кредитів. Якщо вважати, що говорячи про роздрібний кредитний ринок ми говоримо про ринок фізичних осіб, то можна сказати про його високу концентрацію. За останніми даними НБУ (станом на 01.01.2015) зі 158 банків 16 контролюють 81 % ринку. Даного висновку я дійшла розрахувавши показник концентрації за формулою:

$$CR = \frac{\sum_{i=1}^n Q_i}{Q} \times 100 \%,$$

де i — порядковий номер суб'єкта ринку; n — кількість суб'єктів господарювання на ринку даного товару; Q_i — обсяг реалізації певного товару i -м суб'єктом ринку; Q — загальний обсяг реалізації даного товару всіма суб'єктами ринку.

$$CR(16) = 117981214 / 145792122 * 100 \% = 81 \%$$

Робимо висновок, що банки, які НБУ відносить до першої групи за активами, контролюють 81 % кредитного ринку для фізичних осіб. Серед них лідером за кількістю кредитів виданих фізичним особам є ПРИВАТБАНК — контролює 15 % ринку. ПАТ «Альфа-Банк» контролює 3 % ринку.

У 2012—2013 рр. розпочався процес активного впливу іноземного капіталу з банківського сектору України. За даними НБУ, частка іноземного капіталу у статутному капіталі банків знизилась із 41,9 % на початку 2012 року до 34 % на 01 серпня 2013 року. [2, с. 162] (рис. 1).

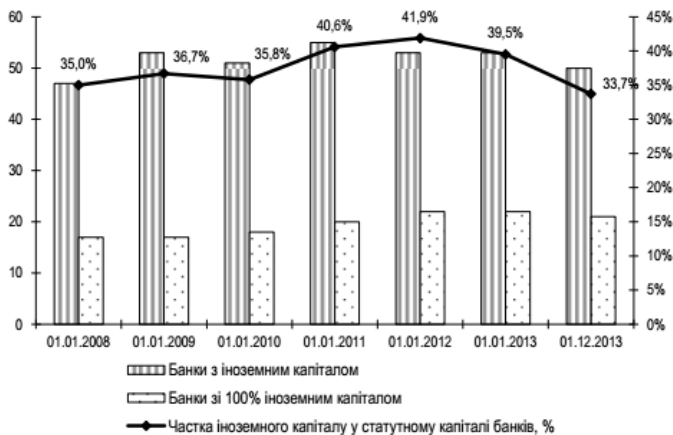


Рис. 1. Іноземний капітал у банківському секторі України у 2008–2013 рр. [3, с. 35]



Рис. 2. Зміна строкової структури кредитного портфеля банків [3, с. 45]

Спостерігається стрімке зростання короткострокового кредитування, що перш за все пов'язано з чинним законодавством, яке фактично робить усі депозити вкладками «до запитання» і викликає дефіцит довгострокових ресурсів.

ПАТ «Альфа-Банк» являється великим українським банком, що пропонує клієнтам широке коло кредитних продуктів на роздрібному ринку. На фоні нестабільної ситуації в країні протягом останнього року банк зменшує обсяги кредитування фізичних осіб (рис. 3). Це зумовлено високою ризиковістю і зменшенням ре-

сурсної бази банку, що викликано відтоком депозитів з банківської системи України в цілому та ПАТ «Альфа-Банку» зокрема.

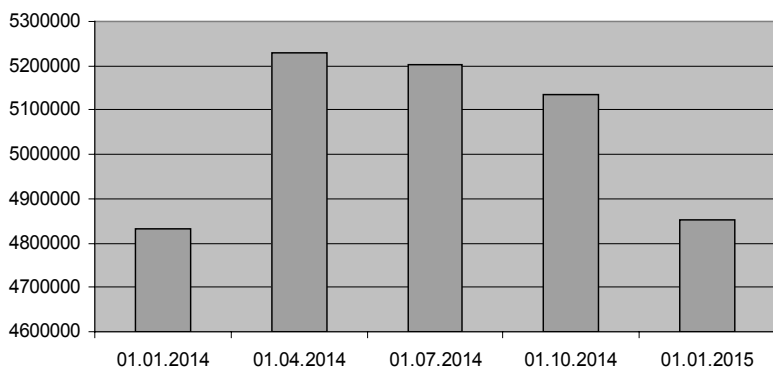


Рис. 1.3. «Динаміка кредитів та заборгованості фізичних осіб ПАТ «Альфа-Банк» за 2014 рік» (тис.грн.)

Кредитні продукти банку для роздрібного ринку можна розділити на три групи:

- 1) PИL — кредити готівкою;
- 2) CSF — споживчі кредити на придбання товарів довгострокового користування;
- 3) credit card — кредитні картки.

У банку використовують три основні технології оформлення таких кредитів: NST, КБ, інтернет.

NST (Non — Staff Technology) — технологія оформлення споживчих кредитів на території торгової організації, в рамках якої кредитне обслуговування клієнтів проводить відповідальний працівник партнера (POS-агент), що діє на основі довіреності виданої банком.

КБ — технологія оформлення CSF кредиту кредитним брокером. Кредитний брокер працює в торговій точці на основі довіреностей від декількох банків та оформлює клієнту той кредитний продукт, що відповідає його можливостям та побажанням.

Інтернет — технологія оформлення кредитів в інтернеті.

У сучасних умовах масового скорочення кількості персоналу в банках України активний розвиток інтернет банкінгу міг би стати вирішенням багатьох проблем роздрібного банківського ринку.

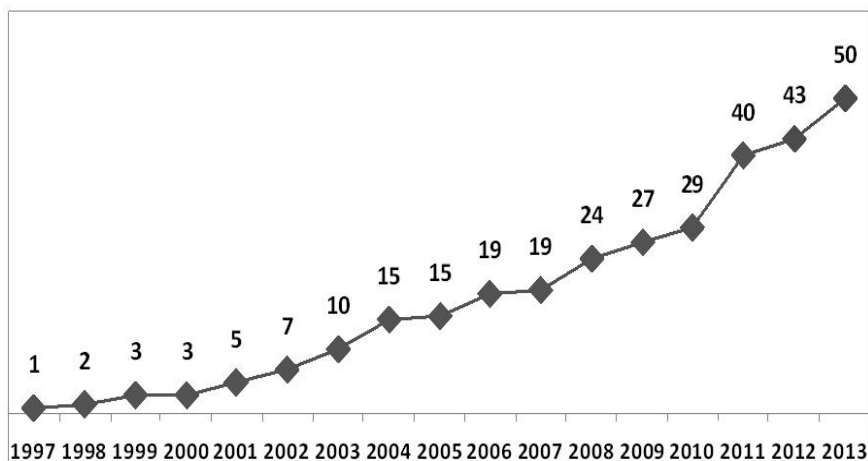


Рис. 4. Питома вага користувачів Інтернету серед дорослого населення України

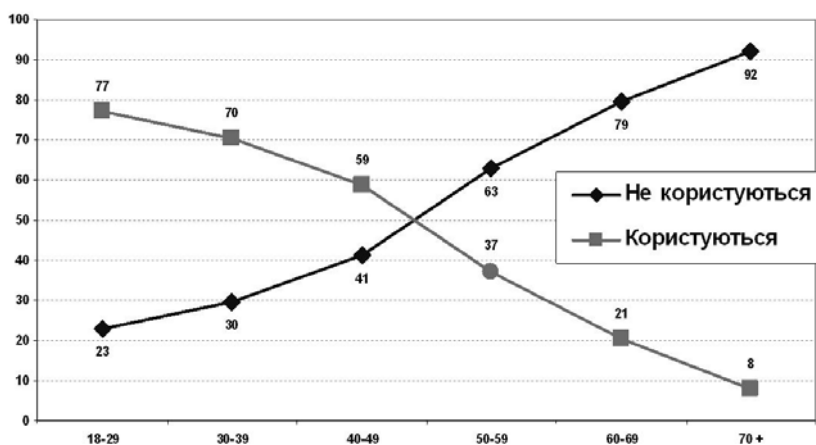


Рис. 5. Частка користувачів інтернету серед різних вікових груп

За результатами опитування Київського міжнародного інституту соціології, у 2013 році Україна стала країною, в якій половина дорослого населення користується інтернетом. У вересні 2013 року 49,8 % дорослого населення України користувалися Інтернетом. Темп приросту протягом лютого 2012 — жовтня 2013 років склав 16 %, що трохи поступається рекордному стри-

бку в 34 % у період з березня 2011 р. по лютий 2012 року. Порівняно із розвинутими країнами Західної Європи та Північної Америки проникнення Інтернету в Україні поширюється трохи повільніше. Наприклад, співставний з Україною рівень проникнення Інтернету (56 %) був у США у травні 2013 року, тільки не серед усього дорослого населення, а у віковій групі 65 років і старші. Наразі рівень проникнення Інтернету серед дорослого населення у Сполучених Штатах у 2013 році складає 85 %, а в Росії — 57 %.

Головні осі розбіжностей у поширенні Інтернету в Україні залишаються незмінними, це вік і тип поселення. Як і раніше, простежується лінійна зворотна залежність між віком і використанням Інтернету. В останні кілька років диспропорції проникнення Інтернету в населених пунктах різної величини помітно згладилися. На даний момент значно відстає у поширенні Інтернету сільська місцевість, мешканці якої частіше посилаються на обмеження в технічних можливостях підключення малонаселених пунктів.

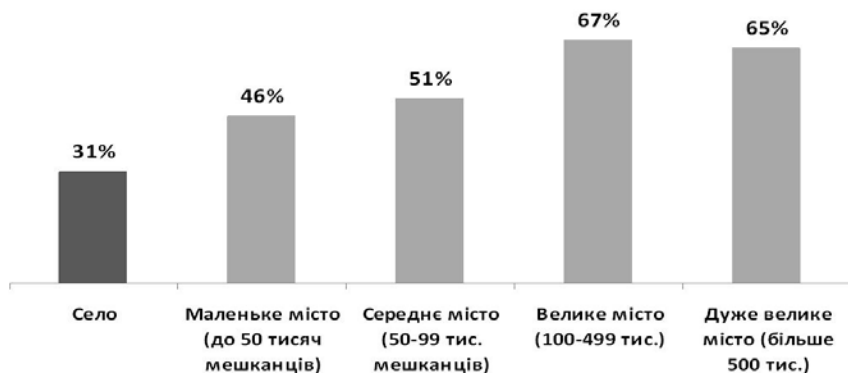


Рис. 6. Частка користувачів інтернету серед мешканців поселень різних типів

Бачимо, що територіальне та вікове поширення інтернету відповідає цільовій аудиторії ПАТ «Альфа-Банк». Найбільша присутність банку спостерігається саме у великих і дуже великих містах (Вінниця — 4 відділення, Дніпропетровськ — 8 відділень, Київ — 38 відділень).

Аналізуючи дані, представлені на рис. 3.4. бачимо, що з 2007 року найвищі доходи у групи населення від 30—39 років, друге місце займає вікова група 40—49 років. Спостерігається стрімке

зростання доходів молоді у віці 20—29 років. Враховуючи, що поняття кредитоспроможності напряму залежить від платоспроможності населення, а вона в свою чергу базується на рівні доходів, можемо зробити висновок, що потенційний позичальник банку молодшає.

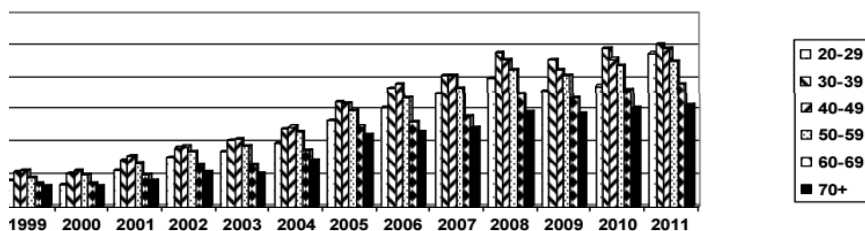


Рис. 7. Середньомісячний сукупний індивідуальний дохід населення України за віковими групами (у цінах 1999 р.) [4, с. 107]

Отже, на основі проведеного дослідження можна зробити висновки про розвиток інтернет-банкінгу в цілому та мобайл-банкінгу зокрема, як ключового напрямку підвищення конкурентоспроможності кредитних продуктів банку на роздрібному ринку. Аналітики вважають, що попитом користуватимуться такі рішення:

- нові інтерактивні можливості. Наприклад, онлайн-доступ для спілкування з експертом, що дасть можливість отримати повноцінну консультацію;

- персональна аналітика для клієнтів. У кінці звітного періоду клієнт отримує аналіз витрат, що дозволяє проаналізувати їх, знайти шляхи економії та перспективні напрями вкладання коштів;

- інтерактивний маркетинг, що передбачає персоналізовану рекламу у автоматизованих відділеннях або на екранах банкоматів відповідно до інформації про клієнта, що зберігається на його пластиковій картці.

Головним завданням є автоматизація бізнес-процесу, що призведе до мінімізації витрат банківської діяльності.

Література

1. О. М. Музичка, Удосконалення кредитної діяльності банків у сфері роздрібного бізнесу // Науковий вісник НЛТУ України. — 2013. — Вип. 23.18.
2. Рисін В. В., Причини і наслідки впливу іноземного капіталу з банківського сектору України: тенденції 2010–2013 років // Вісник уні-

верситету банківської справи Національного банку України. — 2013. — № 3 (18).

3. Брус С. І. Трансформації банківського сектора України в умовах економічної рецесії: фактори, ефекти, перспективи / С. І. Брус, Є О. Бублик, К. І. Рожкова, Н. М. Шелудько // Економіка і прогнозування. — 2013. — № 4. — С. 33—48. — Режим доступу: http://nbuv.gov.ua/j-pdf/econprog_2013_4_5.pdf

4. Шишкін В. Статистична оцінка вікової нерівності за доходами // Вісник київського національного університету імені Тараса Шевченка. — №4(157). — 2014. — С. 106–109.

Успенко А.І (кредитно-економічний ф-т, І курс)

ЯДЕРНЕ РОЗЗБРОЄННЯ: ДОСВІД УКРАЇНИ

Досліджуючи аспекти ядерного роззброєння України, можна переконатись у тому, що політична еліта України проявила в своїх діях такі риси, як невміння та небажання враховувати свій та міжнародний історичний досвід у галузі впровадження та забезпечення державотворчих процесів в умовах впливу ядерного чинника на світову політику нестабільного міжнародного середовища. По-перше, місце та роль держави у світовій політиці визначалися передусім наявністю в тієї чи іншої держави ядерної зброї. По-друге, після оформлення країн третього світу в «Рух Неприєднання» країни цього блоку відразу визнали необхідність постановки питання щодо перегляду правил міжнародної поведінки у сфері ядерних відносин і забезпечення військової складової національної безпеки у вигляді національного ядерного арсеналу. По-третє, завдяки небувалому зростанню рівня технологій, володіння ядерною зброєю визначало факт володіння певною державою сучасною військовою стратегією.

Незважаючи на гостроту та актуальну необхідність негайного та раціонального вирішення проблеми ядерної зброї, ні одна із ядерних держав не йшла на ядерне роззброєння, не будучи впевненою, що цей крок не буде одностороннім й успадкується іншими ядерними державами. У 1991 році Україна була третьою у світі державою за кількістю ядерної зброї. На її території розміщувалися дві найбільші в СРСР бази міжконтинентальних балістичних ракет, новітні літаки Ту-160 [1]. Частина радянського ядерного потенціалу, що залишилася в Україні, за кількісними показниками перевищувала ядерні сили Франції, Великої Брита-

нії та Китаю. Та будь-які спроби військово-політичного керівництва незалежної України встановити контроль над частиною СНО однозначно були марними. Спочатку керівництво України прагнуло позбутися ядерної зброї. Антиядерні гасла відповідали настроям громадськості, що глибоко переживала Чорнобильську трагедію. Проте військові зазначали, що ядерна зброя є гарантією безпеки. Інше угруповання складалося з політичних діячів радикально-націоналістичного напрямку. Повторюючи аргументи військових, вони стверджували, що Україна може та повинна стати великою державою, найважливішим атрибутом якої є ядерна зброя.

Ядерне роззброєння України було складною міжнародно-правовою проблемою її розв'язання не могло не торкнутися американської сторони, яка так затято наполягала на отриманні Україною без'ядерного статусу [6]. Навіть якщо збоку й могло здатися, що Україна є господинею становища, по суті це було не так. Українське керівництво побоювалося міжнародної ізоляції, в якій країна могла опинитися в разі проголошення її ядерною державою. Попри вкрай важкі умови українській дипломатії вдалося одержати певні компенсації за відмову від ядерної зброї. США були вимушені розширити допомогу Україні, виділивши їй близько 350 млн дол. на роззброєння. На значні поступки була вимушена піти й Росія.

Україна стала вразливою перед Росією. На даний час проблема полягає в забезпеченні національної безпеки України. У цьому контексті треба наголосити на тому, що все частіше висловлюються думки відносно помилки щодо рішення про відмову від ядерної зброї (особливо тактичної ядерної зброї). І головна причина таких настроїв полягає у тому, що Україна не має чітких гарантій безпеки, які би доповнювалися механізмами їх застосування. Можна констатувати, що рівень безпеки України отриманий згідно Меморандуму 1994 р. є недостатнім, оскільки він не передбачає адекватної відповіді на імовірні загрози. Досвід України показує, що її стан захищеності залежить від міжнародного середовища і міжнародної безпеки. І цей стан у певні періоди змінювався у гірший бік, а Україна нерідко відчувала дефіцит цієї безпеки [7]. Так, гарантії безпеки отримані Україною, мають не лише недостатній рівень інституційного оформлення, а й порушуються. Ядерні країни або ігнорують надані Україні гарантії, або трактують їх як політичні заяви, котрі не передбачають обов'язкового реагування. Так, у 2003 р. Україна почула гасла, що російська сторона може бомбардувати

о. Тузла. В. Путін погрожував Україні застосуванням ядерної зброї, якщо на території України будуть бази НАТО. Взимку 2005 р. і 2008 р. Росія всупереч Меморандуму вдалась до економічного шантажу, економічної та газової війни [5]. У 2014 році анексувала Крим. На сучасному етапі є беззаперечні докази присутності російських військ на території Сходу України, а також наданні матеріальної і військової допомоги терористичним угрупованням, яка проявляється у відправленні так званих «гуманітарних конвоїв».

Така політика стала значним внеском у забезпечення регіональної та європейської ядерної стабільності, оскільки усунула всі проблеми, пов'язані з присутністю в ЦСЄ ядерної зброї: і для НАТО, і для Росії, і для українських сусідів, передусім для Польщі. Жодна країна світу досі так не вчиняла, але цей крок України ще й досі не оцінений гідно ані Заходом, ані сусідніми державами, ані тим паче Росією. Тому на прикладі України, на досвіді інших країн, котрі захочуть провести роззброєння, потрібно поставити перед собою запитання: а чи варто це робити?!

Література

1. Режим нерозповсюдження ядерної зброї <http://www.ronl.ua/oruzhiya.html>
2. Міжнародно-правові проблеми роззброєння. Нерозповсюдження ядерної зброї. Обмеження стратегічних наступальних озброєнь http://www.viche.info/journal-12_137430
3. Договір про нерозповсюдження ядерної зброї <http://uk.wikipedia.org/>
4. 15 років без'ядерного статусу: досвід та гарантії безпеки для України // Фонд ім. Фрідріха Еберта <http://library.fes.de/pdf-files/bueiros/ukraine/06960-content.pdf>
5. Під без'ядерною парасолькою: Україна та її ядерні можливості — ілюзії і реальність http://razumkov.org.ua/ukr/article.php?article.php?news_id=19
6. *Сльченко В.* Без пекова парасолька від Києва. Україна відіграє провідну роль у забезпеченні успіху зусиль зі зміцнення режиму нерозповсюдження ядерної зброї // Дзеркало тижня. — № 18 (798). — 15—21 травня 2010
7. *Дудко І. Д., Погорєлова І. С.* Ядерне роззброєння і гарантії безпеки Україні: погляд від сьогодення // Сучасна українська політика. — Випуск 24. — К.: Вид-во «Центр соціальних комунікацій», 2011. — С. 250—259.

РОЛЬ ДЕРЖАВНОГО ФІНАНСОВОГО АУДИТУ У ЗАБЕЗПЕЧЕННІ ЕФЕКТИВНОСТІ ДЕРЖАВНОГО ФІНАНСОВОГО КОНТРОЛЮ

Державний фінансовий аудит є однією з форм державного фінансового контролю. Об'єктивною передумовою до його впровадження в Україні стало ухвалення в 2001 р. Бюджетного кодексу, який передбачив уведення програмно-цільового методу бюджетного планування. Це зумовило необхідність контролю результатів виконання бюджетних програм і підвищення ефективності використання бюджетних ресурсів. Саме на це спрямований державний фінансовий аудит (далі — ДФА).

Постає запитання, наскільки ефективною є дана форма контролю, як її оцінити? Для відповіді на нього потрібно звернутися до результатів проведення ДФА. До них належать: (1) виявлення резервів для підвищення ефективності, (2) виявлення порушень і (3) надання рекомендацій. Тому варто було б застосувати інтегральну оцінку для розрахунку ефективності ДФА як форми державного фінансового контролю. Вихідними показниками для такої оцінки можна визначити: (1) середню суму виявлених резервів для підвищення ефективності на 1 ДФА; (2) рівень врахування рекомендацій; (3) середню суму виявлених порушень на 1 аудит. Показники ранжовано за рівнем значущості. Так, показники (1) і (2) є найбільш значущими, адже відображають сутність ДФА, його призначення. Сума виявлених порушень є найменш значущим показником, бо це не є основним результатом роботи державного аудитора, на відміну від ревізора. Суми виявлених резервів і порушень беруться в розрахунок на 1 аудит для того, щоб нівелювати вплив збільшення кількості аудитів і зробити показник якіснішим.

Дані показники є стимуляторами, тобто при їх зростанні зростає і загальна ефективність аудиту. Тому можна використати формулу:

$$Z_{ij} = \frac{x_j^{-x} \min i}{x \max^{-x} \min i},$$

де Z_{ij} — стандартизоване значення i -го показника оцінки ефективності проведених аудитів за j -им напрямом її прояву; x_{ij} — фак-

тичне значення i -го показника; x_{max} , x_{min} — максимальне та мінімальне значення i -го показника.

Для забезпечення достовірної інтегральної оцінки важливим є раціональне визначення вагомості набору оціночних показників, що значною мірою впливає на кількісну величину результатів і рівень їх якості. Врахувати результати ранжування факторів та оцінити наявний рівень інформаційної невизначеності про об’єкт дослідження дозволяє правило Фішберна:

$$r_{ij} = \frac{2 \times (n - d + 1)}{(n + 1) \times n} ,$$

де r_{ij} — рівень вагомості i -го показника оцінки за j -им напрямом ефективності; n — загальна кількість оціночних показників у інтегральному показнику; d — місце i -го показника у проранжованому ряді показників.

Враховуючи місце кожного показника визначене за експертною оцінкою розрахуємо рівень вагомості кожного з них (табл. 1).

Таблиця 1

ВИЗНАЧЕННЯ РІВНЯ ВАГОМОСТІ ПОКАЗНИКІВ

Показник	Місце показника за експертною оцінкою	Рівень вагомості за Фішберном
Середня сума виявлених резервів для підвищення ефективності на 1 аудит	1	0,50
Рівень врахування рекомендацій	2	0,33
Середня сума виявлених порушень на 1 аудит	3	0,17
Разом	—	1

Інтегральний показник оцінки ефективності матиме вигляд:

$$E_{\phi} = \sum_i^b = {}_1 Z_{is} \times r_{ij} ,$$

де E_{ϕ} — комплексний показник j -го напрямку ефективності проведених аудитів; p — загальна кількість показників за j -им напрямом ефективності.

Значення даного показника будуть знаходитися в проміжку від 0 до 1 включно. Тому необхідно сформулювати шкалу оцінки

числового значення показника та визначення наявного рівня ефективності. Для оцінки інтегрального показника, числові значення якого знаходяться в інтервалі від 0 до 1, найраціональнішим варіантом є застосування безрозмірної шкали бажаності Е. Харінгтона, яку доцільно відповідним чином трансформувати з урахуванням особливостей виду оцінки (табл. 2).

Таблиця 2

**ШКАЛА ОЦІНКИ ІНТЕГРАЛЬНОГО ПОКАЗНИКА ЕФЕКТИВНОСТІ
ДЕРЖАВНОГО ФІНАНСОВОГО АУДИТУ ДІЯЛЬНОСТІ
СУБ'ЄКТІВ ГОСПОДАРЮВАННЯ**

Межі показника	1—0,81	0,80—0,631	0,63—0,371	0,37—0,21	0,20—0
Рівень ефективності	Високий	Середній	Задовільний	Низький	Незадовільний

Розрахунок даного інтегрального показника потребує побудови економетричних моделей для визначення адекватних максимальних і мінімальних значень базових показників, що входять до складу інтегрального. Використання таких моделей дозволить врахувати всі фактори впливу і максимально точно розрахувати ці значення.

У підсумку можна зазначити, що аналіз проведення державного фінансового аудиту із застосування інтегрального показника оцінки його ефективності створює передумови для підвищення якості державного фінансового аудиту та ухвалення відповідних управлінських рішень.

Література

1. Закон України «Про основні засади здійснення державного фінансового контролю». Режим доступу: <http://zakon4.rada.gov.ua/laws/show/2939-12>
2. Григорук П. М. Методи побудови інтегрального показника / П. М. Григорук, І. С. Ткаченко // Бізнес Інформ. — 2012. — № 4. — С 34—38. — Режим доступу: http://nbuv.gov.ua/j-pdf/binf_2012_4_12.pdf
3. Хомутенко В. П. Державний аудит як форма фінансового контролю: сутність та інституційні особливості / В. П. Хомутенко, А. В. Хомутенко // Вісник соціально-економічних досліджень : зб. наук. пр. / голов. ред. М. І. Зверяков; Одеський держ. екон. ун-т. — Одеса, 2011. — Вип. 42 (2). — С. 124—130.

МІСЦЕ ЖІНКИ В УПРАВЛІННІ КОМПАНІЄЮ

Перші дослідження феномену лідерства в управлінні організацією показали, що не існує повного переліку людських якостей, які б забезпечили стовідсоткову можливість особі стати гарним лідером та ефективним керівником. Але сьогодні це стає особливо актуальним при аналізі питання: які якості жінки можуть допомогти їй обійти чоловіків кар'єрними сходами на шляху до найвищих посад в організації?

Жінки добре зарекомендували себе в таких професіях, як медицина, юриспруденція та банківська справа. Тим не менш, у сучасному бізнес-середовищі вони стикаються з невидимим бар'єром, так званою «скляною стелею» (англ. — glass ceiling), що заважає їм досягати керуючих позицій у бізнесі та менеджменті. Хоча останнім часом такий бар'єр поступово руйнується, цей процес має настільки повільний характер, що, відповідно до даних Міжнародної організації праці (МОП), знадобиться більше ніж 100 років для того, щоб досягти рівності між чоловіками та жінками у цьому питанні. Так, згідно із результатами звіту «Зміцнення ролі жінок у бізнесі та управлінні» МОП, наразі більше жінок, ніж будь-коли раніше є менеджерами чи власниками бізнесу, але і досі існує їх дефіцит на верхівці корпоративної драбини. Крім того, чим крупнішою є компанія, тим меншою є ймовірність того, що головою буде жінка — всього 5 чи навіть менше відсотків генеральних директорів найбільших світових корпорацій є жінками [1, с. 27]. Так, наприклад, за даними організації «Catalyst, Inc.», у 500 компаніях за індексом Standard&Poore's 500 жінки зараз займають 24 з усіх посад глави правління, що в цілому становить лише 4,8 %. Перше місце за частотою компаній, де головою правління є жінка, посідає Норвегія (13,3 %), на другому місці — Туреччина (11,1 %) [2].

У результаті дослідження з приводу різниці у лідерстві між чоловіками та жінками, опублікованому журналом Harvard Business Review (HBR) у 2012 році, було виявлено, що більшість лідерів (64 %) є чоловіками. І чим вищий рівень посади, тим більше там чоловіків. На вищому рівні 78 % топ-менеджерів є чоловіками, на середньому рівні — 67 %, на нижчому — 60 %. Незважаючи на це, на кожному рівні жінки були названі кращими лідерами за чоловіків. І чим вищий рівень — тим більше зростала прирва. У цьому ж дослідженні було виділено 16 якостей, які, за

даними HBR, є найважливішими для ефективного лідера. Відповідно, на кожному з рівнів, жінки проявляли 12 рис лідера з 16, що каже про їхнє визначне лідерство. У двох категоріях жінки на голову перевершили чоловіків — у прояві ініціативи та прагненні до результату — риси, що давно вважалися перевагою чоловіків. Чоловіки перевершили жінок лише в навичках управління — здатності будувати стратегію [3].

Що стосується ефективності жінок-лідерів, то вона з часом змінюється. Коли жінки та чоловіки розпочинають свою кар'єру, то різниця фактично не відчувається. Потім чоловіків починають сприймати як ефективніших, ніж жінок. Згодом, коли жінки досягають зрілого віку, вони сприймаються у набагато кращому світлі та ефективнішими, ніж їхні колеги-чоловіки. Таку різницю спричинює той факт, що жінки вважають, що мають працювати у два рази більше, щоб їх сприймали наполовину краще. Коли люди починають кар'єру, то вони зацікавлені в отриманні зворотного зв'язку та вживають заходів, щоб самовдосконалюватися. З часом більшість людей здобувають компетентність і не схильні так часто потребувати зворотного зв'язку. Натомість жінки підтримують звичку до отримання зворотного зв'язку та вжиття заходів до самовдосконалення, у той час як у чоловіків ця особливість має тенденцію до зниження [4].

За методикою MBA50 виділяють також 10 якостей жінок-лідерів, які варто взяти до уваги, але їх можна в рівній мірі віднести як до жінок, так і до чоловіків. Тому, на нашу думку, доцільним буде виділити кілька з них, які найкраще відрізняють жінок від чоловіків. А саме, успішні жінки бізнес-лідери: 1) пізнають себе (вважають, що тільки добре розібравшись у собі, можна шукати перспективи кар'єрного зростання та самовдосконалюватися); 2) не бояться тимчасово зменшити оберти в кар'єрному зростанні, але в той же час знають, коли повернутися (знають, як поєднати роботу та сім'ю); 3) вчаться домовлятися (зазвичай жінки не так часто або не так ефективно, як чоловіки, можуть домовлятися; швидше за все, причиною цього є стереотипи або дискримінація) [5].

На руку жінкам грає також перехід від командно-адміністративного стилю управління до моделі співпраці, адже жінки є кращими слухачами, краще проявляють себе у будівництві взаємовідносин та більше налаштовані на співпрацю, що робить їх більш адаптивними до вимог сучасного лідерства [6].

На питання, чому ж тоді жінки в повній мірі не досягають відповідних вершин у корпоративній ієрархії, як правило, дають

відповідь, що Радам директорів просто не вистачає впевненості у жінок. Вони призначають чоловіків, адже побоюються, що жінки не покажуть гарних результатів на вищих рівнях управління.

Література

1. Women in Business and Management. Gaining Momentum [Електронний ресурс] / International Labour Organization. — 2015. — Режим доступу: http://www.ilo.org/wcmsp5/groups/public/---dgreports/---dcomm/---publ/documents/publication/wcms_316450.pdf
2. Catalyst, Inc. [Електронний ресурс]. — Режим доступу: <http://www.catalyst.org/knowledge>
3. Harvard Business Review [Електронний ресурс]. — Режим доступу: <https://hbr.org/2012/03/a-study-in-leadership-women-do>
4. Business Insider [Електронний ресурс]. — Режим доступу: <http://www.businessinsider.com/study-women-are-better-leaders-2014-1>
5. MBA50 [Електронний ресурс]. — Режим доступу: <http://www.mba50.com/10-traits-of-women-business-leaders-theyre-not-what-you-think/>
6. CBSNews [Електронний ресурс]. — Режим доступу: <http://www.cbsnews.com/news/yes-women-make-better-leaders/>

Цадзідзідзе А. З. (ф-т МЕіМ, ІІ курс)

ECONOMIC MIRACLE IN UKRAINE: REALITY, BUT NOT POSSIBILITY

Nowadays, Ukraine faces global problems which require immediate reaction and efforts both government and people, despite different approaches they use to solve serious issues which threaten Ukraine. Unfortunately, these actions are not always effective.

The **main idea** of the project is to tell and inform the readers about some famous economic miracles in the whole world, their ways of reaching it, problems they faced and overcame. Moreover, the idea includes some possible ways for Ukraine to reach the stability, and maybe, to reach the economic miracle.

So, what is «economic miracle»? Could it be reached in several years or just in some decades? And are the results of such miracle long-term and influential?

The economic miracle as an informal economic term commonly used to refer to the period of dramatic economic development that is entirely unexpected or unexpectedly strong. The term has been used to describe periods in the recent histories of a number of countries.

Usually, economic miracle is also called an economic boom or described as a tiger economy.

There are two periods, which described several changes in economic life of many countries all over the world. They are:

- Post World-War II period;
- Later (nowadays) period.

Post World-War II characterizes itself as a hard period after the war, during which the countries in Europe and Asia had terrifying losses. Hence, each of them tried to recover its own economic, political and social life in short terms. So, the «Marshall's plan» was announced, which helped such countries to rebuild the post-war results with the help of the USA. Moreover, the liquidation policy of military-industrial objects was held. For example, such policy was quite popular in Japan and Germany.

After World-War II, Japan faced with the huge problems in all the aspects of the country life. Everything was in stagnation: military-aimed industry wasn't made to create first need products, Hiroshima and Nagasaki catastrophe led to disaster situation in the social and environmental life, economic and political life of the country was not prepared to make the reconstruction actions inside, lack of natural resources led to the national cooperation. Hence, something had to be done to overcome such enormous problems. The list of changes was made, and led to the reasons of economic miracle in Japan:

- Reforms of American occupation;
- Cheap labor force;
- Trust to the banking system;
- Control over the abroad trade market;
- Focus on export;
- Support of the national producer;
- Credits given by the USA;
- Political stability;
- Development of Japanese science and technologies.

Scientists pay great attention to the main features of Japanese economic miracle:

- Close connection of producers, resource suppliers, product traffickers and banks;
- Mutually beneficial relations of producers and government;
- Guaranty of lifelong employment in big corporations;
- Active trade union movement.

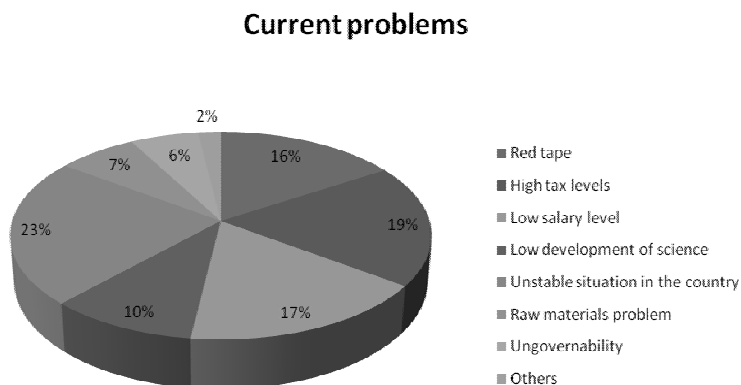
Unfortunately, as all the economic cycles, Japanese cycle reached the period of recession. Despite that, Japan could rebuild the after-war failures,

stabilize the economic, political and social life of the country, become the second country in the world with the most attractive economy.

Nowadays, a lot of the Ukrainians all over the world try to find a better place for living. So, is it possible to change the situation in the country for the best?

Actually, it is always possible. But there are problems on the way to stability.

The survey, which was made to analyze which one of the factors is the most influential, showed such results:



To achieve the best results a new plan must be set up. As for me, the best country to be copied is Japan. Possible reasons which could lead us to economic miracle are:

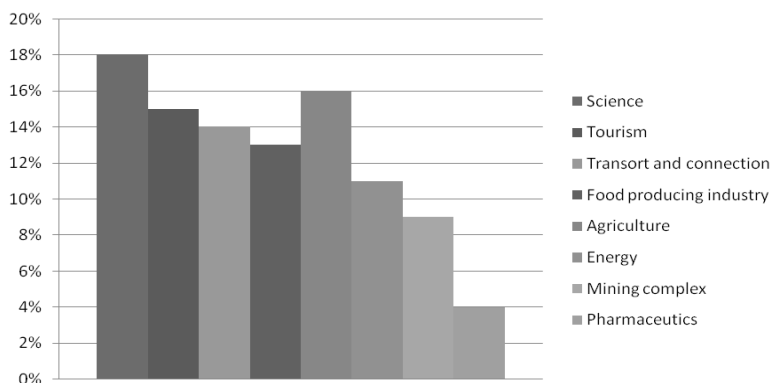
- Focus on export;
- Support the national producer;
- Take credits;
- Trust the banking system;
- Support science and technology development in Ukraine;
- Stabilize agriculture system.

Look at Japan now! All new inventions come out of there! Science and technologies helped them to become what they are now. Ukraine has a lot of people, who want to tie their life with science, but they don't. Why? Low salaries, not ideal education system, lack of working places. Hence, they leave for other countries, which propose them better living circumstances.

Ukraine is rich in natural resources and minerals. But they are used not in a right way. Moreover, their output becomes harder and harder each year. Hence, some changes must be done;

- Bring political stability;
- Attract more investors;

With the help of survey, we could analyze the best segment to move forward:



It's hard to predict, what is going to happen tomorrow or in few years. But if you want to reach something, you have to act immediately. The same thing can be said about economic and social life of your country. As one Japanese proverb says: «Take it as it is and make it better». The Ukrainians will have to overcome many problems, but as you know, the result is always worth of such changes.

Used literature

1. *L. Ellington*, «Learning from the Japanese Economy», — Article, 2004;
2. *Allen, G. C.* Japan's Economic Recovery. Oxford: Oxford University Press.
3. Економічна теорія [Текст] : навч. посіб. / [А. М. Андрющенко, А. П. Бурляй, В. С. Костюк та ін.]. — К. : Центр учбової літератури, 2009. — 520 с.
4. *Сергійчук, І. М.* Новітня історія країн Азії та Африки (1918 — кінець XX ст.) [Текст] : навч. посіб. / І. М. Сергійчук. — Суми : Університетська кн., 2002. — 284 с.
5. Геоекономічні сценарії розвитку і Україна [Текст] : монографія / [М. З. Згуровський, Ю. М. Пахомов, А. С. Філіпенко та ін.] ; наук. ред. А. С. Філіпенко. — К. : Академія, 2010. — 325 с.
6. <http://www.businessdictionary.com/definition/economic-miracle.html>

ІНВЕСТИЦІЙНА АКТИВНІСТЬ СУБ'ЄКТІВ ГОСПОДАРЮВАННЯ НІДЕРЛАНДІВ ТА ЇЇ ВПЛИВ НА ОСНОВНІ МАКРОПОКАЗНИКИ

Реалії сьогодення свідчать про те, що жодна країна світу не в змозі розвивати свою економіку без залучення та ефективного використання інвестицій. Вибір теми дослідження зумовлений тим, що активізація інвестиційної діяльності, зростання обсягів інвестицій з усіх можливих джерел є особливою передумовою економічного зростання як країни в цілому, так і окремих суб'єктів господарювання [2].

Нідерланди — світовий феномен, оскільки, займаючи 132 місце у світі за територією, країна демонструє надзвичайно високі соціально-економічні показники: 6 місце за величиною інвестованого капіталу, 1 місце за розвитком інфраструктури, 4 місце за сприятливістю бізнес-клімату. Серед основних причин такого явища є значна сукупність факторів, що створили в країні сприятливий інвестиційний клімат: стабільність політичної та макроекономічної ситуації, високий рівень розвитку фінансового сектору та нанотехнологій, стрімкий і всеохоплюючий розвиток інфраструктури, наявність висококваліфікованої робочої сили і управлінського персоналу [1, с. 21—22]. Не беручи до уваги досить високу вартість робочої сили, Нідерланди є привабливим місцем для реалізації численних інвестиційних проектів.

За останні 4 роки (рис. 1) інвестиції всередині країни майже не змінювалися за своєю структурою, а їх загальний обсяг зростав [3].

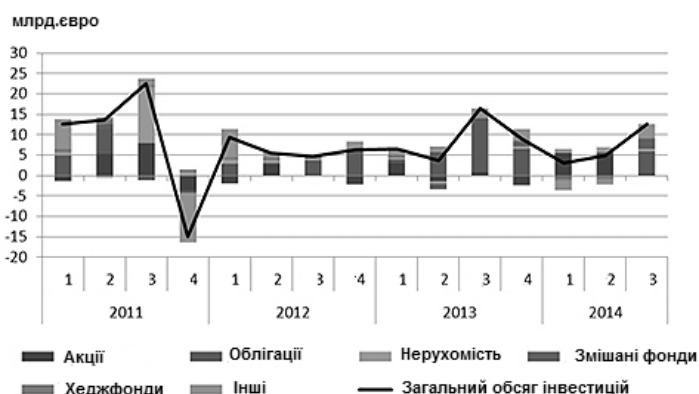


Рис. 1. Структура і динаміка інвестицій Нідерландів

Найбільшу частку інвестиційних активів становили державні облігації (Rijksoverheid securities), що історично користуються високою популярністю, оскільки вважаються напрочуд надійними. Помітну роль у структурі інвестицій займають також акції [4].

При цьому варто зазначити, що в структурі акціонерного капіталу найуспішніших нідерландських компаній (рис. 2) помітну роль відіграє іноземний капітал. Так, за підсумками 2014 року більше 90 % акцій відомої на увесь світ Royal Dutch Shell становили акції, якими володіють громадяни-нерезиденти. Статутний капітал решти компаній топ-15 також щонайменше як на 40 % складається з акцій іноземних власників [5].

На жаль, сьогодні досить важко говорити про застосування досвіду ведення бізнесу та створення належного інвестиційного клімату в Україні, оскільки реформування та змін потребують майже всі сфери суспільно-політичного та соціально-економічного життя.

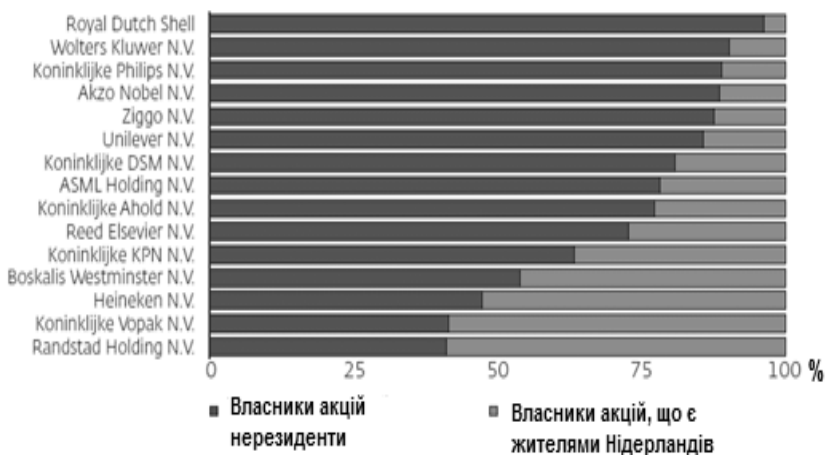


Рис. 2. Структура статутного капіталу найбільших компаній Нідерландів

Проте можна виділити такі основні завдання, що стоять перед нашою державою в рамках покращення інвестиційного клімату:

- повне припинення військових дій на території України;
- стабілізація політичної ситуації;
- забезпечення прозорості звітності всіх державних органів, підприємств державного та приватного сектору;
- поліпшення податкового клімату шляхом реформування системи податкових стимулів і спрощення процедури сплати податків;

- модернізація виробничих фондів і впровадження новітніх технологій;
- зниження податкового тиску на підприємства.

Література

1. *Кондратьев В. В.* Автопром: кризис и инновация / В. В. Кондратьев // *Международная экономика и международные отношения*. — 2011. — №3. — С. 24–31.
2. *Майорова Т. В.* Інвестиційна діяльність / Т. В. Майорова. — К.: Центр учбової літератури, 2009. — 472 с.
3. «Інвестування в найбільш розвинені сектори», [Електронний ресурс] // Офіційний сайт уряду Королівства Нідерланди — Режим доступу до ресурсу: <http://www.government.nl/issues/entrepreneurship-and-innovation/investing-in-top-sectors>.
4. Офіційний сайт Національного банку Королівства Нідерланди [Електронний ресурс] — Режим доступу до ресурсу: <http://www.dnb.nl/nieuws/publicaties-dnb/>
5. «Нідерланди — світовий лідер із залучення в економіку іноземних інвестицій», [Електронний ресурс] // Офіційний сайт Міністерства закордонних справ Республіки Казахстан — Режим доступу до ресурсу: <http://mfa.gov.kz/index.php/ru/component/content/article/12-materials/483-niderlandy-mirovoj-lider-po-ob-emu-vlozhennykh-i-privlechennykh-investitsij>

Чайка Г.А., (обліково-економічний факультет, II курс)

ЗАСТОСУВАННЯ МЕТОДІВ ПРОБЛЕМНОГО НАВЧАННЯ У ПСИХОЛОГО-ПЕДАГОГІЧНІЙ ПІДГОТОВЦІ СТУДЕНТІВ КНЕУ

Актуальність. Однією з найцінніших якостей сучасного фахівця-економіста є його здатність до наукового пошуку та інновацій у конкретній сфері професійної діяльності. Тому пріоритетного значення набуває формування науково-дослідницької компетенції майбутніх економістів. Необхідно зазначити, що забезпечення високого рівня інтелектуально-особистісного розвитку студентів, формування дослідницьких умінь, активізації пошукової активності може бути досягнутим через модернізацію технологій, методів і засобів навчання, серед яких вагоме місце посідають методи проблемного навчання.

Аналіз наукових розробок і публікацій показав, що проблемному навчанню приділяли і приділяють значну увагу науковці

В. Бондар, Л. Борисенко, В. Галузинський, О. Гулай, М. Євтух, О. Євдокимов, В. Калошин, О. Киричук, І. Козловська, І. Лернер, А. Матюшкін, М. Махмутов, Н. Ничкало, В. Сластьонін, О. Снісар, Д. Чернилевський. Відзначаючи ґрунтовність проведених наукових досліджень, варто зазначити, що деякі аспекти проблемного навчання потребують подальшого наукового опрацювання і таким чином зумовлюють актуальність даної теми.

Результати досліджень. Ідея проблемного навчання має глибоке історичне коріння, оскільки окремі елементи проблемного навчання мали місце ще в античні часи, зокрема евристична бесіда, яку започаткував грецький філософ Сократ. Відомо, що головним елементом методики грецького мудреця була його іронія. Він удавав що, не знаючи розв'язку проблеми, хоче послухати думку співрозмовника, насправді ж своїми запитаннями підводив його до правильної відповіді.

Також вагомий внесок у розвиток ідеї проблемного навчання здійснив американський філософ-прагматик і педагог Джон Дьюї. На його думку, учнів насичують досвідом минулого й зовсім не готують до зустрічі з проблемами в майбутньому. Тому замість традиційної моделі освіти він запропонував нову, метою якої стало озброєння учнів методами вирішення проблем. Учений припускав, що людина зі сформованими навичками прийняття рішень набагато краще буде підготованою до життя у швидко змінюваному світі з його численними труднощами і проблемами, що постійно виникають.

Проблемне навчання — це організований викладачем спосіб активної взаємодії студента з проблемно-представленим змістом навчання, у ході якого він залучається до об'єктивних протиріч наукового знання та способів їхнього розв'язання, навчається мислити, творчо засвоювати знання. Тобто проблемне навчання ґрунтується не на передачі готової інформації, а на отриманні певних знань і вмінь шляхом вирішення теоретичних і практичних проблем.

Структура методу проблемного вивчення матеріалу включає в себе такі етапи: створення проблемної ситуації; формулювання проблеми; висунення гіпотез; перевірка висунутих гіпотез; аналіз результатів перевірки гіпотез; висновок і узагальнення; повернення до проблемної ситуації.

Існують три основні методи проблемного навчання:

1. Проблемний виклад навчального матеріалу на лекції, коли викладач ставить проблемні питання, висуває проблемні завдання і сам їх вирішує, при цьому студенти лише підключаються до пошуку рішення.

2. Частково-пошуковий метод — викладач планує кроки вирішення проблеми, а студент самостійно її вирішує; використовується у процесі виконання експерименту, лабораторних робіт, під час проблемних семінарів, евристичних бесід.

3. Дослідницький метод — самостійна пошуково-дослідницька діяльність, коли студенти самостійно формують проблему та розв'язують її (в курсовій чи дипломній роботі) з подальшим контролем викладача.

Психолого-педагогічна підготовка студентів КНЕУ охоплює засвоєння таких навчальних дисциплін, як «Психологія та педагогіка», «Психологія ділового спілкування», «Психологія діяльності і навчальний менеджмент» і «Методика викладання економіки». Вивчення цих дисциплін передбачає орієнтацію на самостійну навчальну та наукову діяльність. Варто зазначити, що засвоєння навчального матеріалу з дисциплін психолого-педагогічного циклу включає послідовне досягнення чотирьох рівнів: відтворення, розуміння, використання й створення і особливого значення набуває творчий рівень засвоєння знань, що забезпечується на проблемних лекціях, практичних та індивідуально-консультативних заняттях і в ході самостійної та науково-дослідної роботи. Тобто, в психолого-педагогічній підготовці студентів КНЕУ активно впроваджуються та застосовуються такі три групи методів, як проблемний виклад, частково-пошуковий і дослідницький.

Дослідженням встановлено, що застосування методів проблемного навчання має такі переваги: вчить мислити логічно, науково, творчо; робить навчальний матеріал більш доказовим і переконливим; сприяє формуванню стійких знань; впливає на емоційну сферу студентів, формує впевненість, радість, задоволення від розумової діяльності; формує елементарні навички пошукової, дослідницької роботи; активно формує та розвиває позитивне ставлення, інтерес до навчання.

Висновки. Отже, психолого-педагогічна підготовка студентів КНЕУ здійснюється з активним впровадженням і застосуванням методів проблемного навчання, які є важливим інструментом формування компетентності майбутніх фахівців-економістів. Перевагою застосування проблемного навчання в КНЕУ є те, що воно змінює мотивацію пізнавальної діяльності: провідними стають пізнавально-спонукальні (інтелектуальні) мотиви, сприяє формуванню творчого професійного світогляду майбутніх фахівців та й загалом формує здатність приймати обґрунтовані рішення в нестандартних ситуаціях.

Література

1. *Борисенко Л. Л.* Формування науково-дослідницької компетентності майбутніх економістів / Л.Л. Борисенко // Вища освіта України. — К. : Вид-во «Гнозис», 2011. — №3 (дод. 1).— Т. 2. — С. 238—244.
2. *Гулай О.І.* Перспективи впровадження проблемного навчання у вищих навчальних закладах // Педагогіка формування творчої особистості у вищій і загальноосвітній школах. — 2009. — № 3. — С. 170—178.
3. *Лернер И. Я.* Дидактические основы методов обучения / Исаак Яковлевич Лернер. — М.: Педагогика, 1981. — 186 с.
4. *Махмутов М. И.* Принцип проблемности в обучении / М.И. Махмутов // Вопросы психологии. — 1984. — № 5. — С. 30—36.
5. Психолого-педагогічні аспекти реалізації сучасних методів навчання у вищій школі: Навч. посіб. / За ред. М. Артюшиної — К.: КНЕУ, 2007. — 528 с.
6. *Снісар О. А.* Значення психолого-педагогічних якостей викладача вищої школи для організації ефективного навчання на засадах проблемності // Вісник Черкаського університету. — 2009. — № 165. — С. 117—120.

Червінська А. С.

(ф-т економіки та управління, студентка III курсу)

ОСОБЛИВОСТІ РИНКУ АКЦІЙ І ДИВІДЕНДНОЇ ПОЛІТИКИ В УКРАЇНІ

Україна сьогодні потрапила в найскрутніше фінансове становище за всю новітню історію її незалежності: державний борг складає 95 % від ВВП, а дефіцит бюджету та ведення бойових дій потребують великих фінансових ін'єкцій, які можливі лише за рахунок випуску додаткових цінних паперів. Проект приватизації у 2015 році трьохсот шістдесяти п'яти державних корпорацій передбачає випуск акцій, а залучення внутрішніх запозичень не може обійтись без випуску облігацій. Тому дослідження сучасного стану ринку акцій є актуальним з теоретичної та практичної точок зору.

До особливостей ринку акцій в Україні слід віднести:

- відсутність вільного обігу (купівлі-продажу) акцій на національному ринку незалежно від типу акціонерного товариства;
- не виконання акціонерними товариствами своїх інвестиційних зобов'язань, що були прийняті в процесі приватизації;
- відсутність виплат дивідендів акціонерам, які не володіють контрольним пакетом акцій;

— великий рівень тінізації в акціонерних товариствах: виплата заробітної плати в конвертах, несплата податків і тінізація при сплаті ПДВ;

— не дотримання трудового законодавства та інших законів, що перетворює діяльність акціонерних товариств у спекулятивну.

Ці та інші особливості ринку акцій в Україні не дозволили перетворити українські акціонерні товариства на конкурентних товаровиробників на світовому ринку та перешкодили вирішенню проблеми забезпечення населення вітчизняними виробниками.

Стабільно функціонуючий ринок акцій є одним із чинників, що визначає інвестиційний клімат у країні, сприяє залученню й перерозподілу інвестиційного капіталу в економіці. Так, незважаючи на несприятливу ринкову кон'юнктуру, в цілому за підсумками 2014 року відбулось значне збільшення обсягів випуску акцій — на 80663,3 млн грн порівняно з відповідним періодом 2013 року [1].

Також, були здійснені істотні зрушення в законодавстві: завдяки змінам, внесеним до Податкового Кодексу України від 28 грудня 2014 року, ставка для дивідендів по привілейованим акціям, які прирівнюються до зарплатних виплат, встановлюється на рівні 15 % і 20 % [4], що дозволить припинити використання дивідендів як способу зменшення рівня оподаткування. А прийняття Верховною Радою України 13 січня 2015 року закону про зниження кворуму, необхідного для проведення загальних зборів акціонерного товариства, з 60 % до 50 % +1 акція [5], дозволить запобігти порушенню корпоративних прав та інтересів більшості акціонерів і забезпечить дієвий механізм виконання рішень товариства щодо виплати дивідендів.

Незважаючи на останні позитивні зміни в законодавстві, ефективність ринку акцій в Україні залишається ще досить низькою, що обумовлено:

— низьким рівнем його розвитку: низькою нормою капіталізації ринку акцій, а також його низькою ліквідністю та високою волатильністю [3, с. 133]; вузьким спектром доступних фінансових інструментів і низьким розвитком деривативів; незначною кількістю емітентів;

— надто великою кількістю бірж: з десяти бірж, що функціонують в Україні, на три біржі, за даними 2014 року, припало 96,73% загального обсягу торгів [1]. Наявність десяти площадок є не просто економічно недоцільною — вона є першопричиною існування таких проблем, як маніпулювання цінами та децентралізація попиту та пропозиції на ринку.

Більш того, відсутність активної та гарантованої дивідендної політики нівелює всі переваги акціонерної форми господарювання та ефективність корпоративного капіталу. Крадіжка доходів у своїх акціонерів, й особливо в акціонерів-працівників акціонерних підприємств, повністю руйнує мотиваційний механізм акціонерного товариства по залученню додаткових фінансових ресурсів. Відзначимо, що дивідендна політика підприємства — це сукупність стратегічних і поточних рішень щодо розподілу результатів діяльності акціонерного товариства на тезавровану та споживчу частини [2, с. 239].

На наш погляд, на дивідендну політику впливають:

— політика держави: в Україні законодавчо встановленою є система подвійного оподаткування дивідендів, а також широко використовуються певні пільги на їх оподаткування;

— політика підприємства: акціонерне товариство особисто обирає концепцію формування дивідендної політики залежно від особливостей національної економіки, специфіки конкретного підприємства та стратегічних завдань його діяльності. Через несприятливий економічний клімат в Україні акціонери змушені постійно здійснювати політику реінвестування дивідендних виплат у своє підприємство;

— відсутність сталої дивідендної політики та неспроможність стратегічного планування її проведення.

Подальший розвиток українського ринку акцій доцільно забезпечувати з урахуванням таких завдань: продовжувати зближення українського законодавства з міжнародними нормами; здійснити консолідацію фондового ринку України; стимулювати розширення біржового ринку фінансових інструментів; підвищувати вимоги до ліквідності цінних паперів та до прозорості емітентів; підвищувати зацікавленість національних емітентів та інвесторів.

Література

1. Загальнодоступна інформаційна база даних Національної комісії з цінних паперів та фондового ринку про ринок цінних паперів [Електронний ресурс]. — Режим доступу: <http://www.nssmc.gov.ua>

2. Стащук О.В. Особливості формування дивідендної політики на підприємстві /О. В. Стащук, Ю. В. Малишко, Л. С. Яковук // Наукові записки [Національного університету «Острозька академія»]. Економіка. — 2013. — № 23. — С. 239-242. — [Електронний ресурс] — Режим доступу: http://nbuv.gov.ua/j-pdf/Nznuoa_2013_23_48.pdf

3. Краснова І.В. Фондовий ринок в Україні: стан та перспективи розвитку / І.В.Краснова // Проблеми економіки. — 2014. — №1. — С 129—134.

4. Закон України від 28.12.2014 №71-VIII «Про внесення змін до Податкового кодексу України та деяких законодавчих актів України щодо податкової реформи» [Електронний ресурс]. — Режим доступу : <http://zakon4.rada.gov.ua/laws/show/71-19>

5. Закон «Про внесення змін до статті 41 Закону України «Про акціонерні товариства» від 13.01.2015 « [Електронний ресурс]. — Режим доступу : <http://zakon4.rada.gov.ua/laws/show/91—19/>

Шемчук М. Ю.

(ф-т інформаційних систем і технологій, магістрент)

СТАТИСТИЧНИЙ АНАЛІЗ ЗБАЛАНСОВАНOSTІ ЗОВНІШНЬОЇ ТОРГІВЛІ ТОВАРАМИ В УКРАЇНІ

Зовнішня торгівля є основним напрямом діяльності суб'єктів зовнішньої торгівлі. Зовнішньоторговельні операції складають 80 % усіх операцій, які включають зовнішньоекономічну діяльність суб'єктів світового господарювання [1].

На сьогодні актуальним є питання статистичного аналізу пройденого шляху і визначення пріоритетних напрямів розвитку зовнішньої торгівлі. Аналіз зовнішньої торгівлі товарами необхідний для ефективного управління економікою в цілому тому, що зовнішня торгівля впливає на більшість макроекономічних показників. У роботі розкрито основні показники збалансованості зовнішньої торгівлі товарами, проведено порівняльний аналіз стану та динаміки зовнішньої торгівлі, аналіз географічної структури експорту та імпорту товарів, а також визначено перспективи подальшого розвитку.

У ході проведеного дослідження було отримано такі висновки.

Протягом 2006—2013 років економіка України характеризувалася незбалансованістю зовнішньої торгівлі товарами. Сальдо зовнішньої торгівлі товарами впродовж досліджуваного періоду було від'ємним, експортна квота наближалася до нормального рівня, а імпортна квота характеризувала значну імпортозалежність країни, тобто імпорт не повністю покривається експортом.

У середньому за досліджуваний період (2006—2013 рр.) обсяг експорту збільшився на 15,12 %, найбільше зростання порівняно з попереднім роком відбулося у 2011 році — на 33,49 %, а зменшення — у 2009 році на 12,35 %. Найбільше зростання обсягу імпорту відбулося у 2011 році — на 36,52 %, зменшення — у 2009 році на 21,48 %. У середньому щороку за 2006—2013 рр.

імпорт збільшувався на 15,27 %. Останнім часом спостерігається незначне зменшення обсягів імпорту і експорту, але на майбутнє прогнозується їх подальше зростання [2].

Визначальними факторами зменшення обсягів експорту та імпорту у 2013 році порівняно з 2012 роком були зміна обсягів ВВП, а також показників імпортової та експортної квот. Загалом зменшення імпорту товарів є явищем позитивним для економіки країни, тому цю тенденцію потрібно підтримувати за допомогою введення, наприклад, податків на ввізну продукцію, мит та певних обмежень кількості імпортованих товарів на вітчизняних ринках. Підвищення експорту при цьому можливе за умови ефективного функціонування виробництва в країні та розвитку виробничих потужностей усіх регіонів, на що повинна бути спрямована державна політика, а також за рахунок приведення вітчизняних товарів, призначених на експорт, до міжнародних стандартів якості.

Проведений рейтинговий аналіз зовнішньої торгівлі за регіонами України показав, що перші місця в рейтингу за показниками зовнішньої торгівлі товарами посідають такі регіони, як Донецька, Дніпропетровська і Запорізька області.

Основними торговими партнерами України з експорту є: Російська Федерація, Туреччина, Китай, Єгипет, Польща. Італія, Казахстан. Найбільшу частку товарів у 2013 році Україна експортувала в Російську Федерацію (23,81 %), а найменшу — у Казахстан (3,85 %) [3].

Партнерами по імпорту для України є: Італія, США, Білорусь, Польща, Німеччина, Китай, Російська Федерація. Найбільша частка імпорту в Україну припадає на Російську Федерацію (30,19 %), а найменша — на Італію (2,71 %) [3].

Умови торгівлі товарами з Україною останнім часом наближаються до нормального рівня, тобто ситуація на зовнішньому товарному ринку дещо покращується, але місце України серед інших країн світу і досі є досить низьким.

Велике стратегічне значення для країни має прогнозування розвитку зовнішньої торгівлі товарами. Незважаючи на незначне зменшення обсягів імпорту і експорту, яке спостерігалось останні роки, на майбутнє прогнозується їх подальше зростання. Основними перепонами на шляху здійснення таких прогнозів залишаються невідповідність якості вітчизняних товарів, призначених на експорт, зарубіжним стандартам якості, а також нерозривність зовнішньоекономічної діяльності з ситуацією у світі. Для покращення ситуації необхідно створити дійсно функціонуючу систему моніторингу

якості та перевірки характеристик товарів на світовому ринку і виробляти вітчизняні товари відповідно до міжнародних стандартів.

Література

1. Гребельник О. П. Основи зовнішньоекономічної діяльності : [підручник] / Гребельник О. П. — К.: Центр учбової літератури, 2013. — 452 с.
2. Зовнішня торгівля України: [статистичний збірник] / Державна служба статистики України. — К.: 2014. — 104 с.
3. І. А. Гончар, В. О. Бабірад-Лазунін. Характер формування зовнішньої торгівлі України: статистична оцінка / Статистика України / І. А. Гончар, В. О. Бабірад-Лазунін. — 2013. — №2 — С. 16—20.

Шестакова А.О. (обліково-економічний ф-т, I курс)

ПОЛІТИЧНИЙ ПРАГМАТИЗМ: СУТНІСТЬ, РЕАЛІЇ, ТЕНДЕНЦІЇ

У доповіді розглядається сутність прагматизму як політичної категорії. Простежуються зв'язки між поняттями «прагматизм» і «політична категорія», підкреслюючи, що прагматизм слідує прикладу інших наук і пояснює невідоме через відоме, гармонійно поєднуючи старе й нове.

На сьогоднішній день тема політичного прагматизму вкрай актуальна, особливо в рамках нашої держави. Саме поняття прагматизм виникло ще у 70-ті роки 19 ст. у США, його родоначальником вважається Ч. Пірс.

Поняття «політичний прагматизм» розкриває сутність політичної діяльності, основним критерієм і чинником якої є досягнення поставленої мети, він характеризується жорстокістю, нерідко використанням аморальних і протизаконних засобів, ігноруванням морального змісту та віддалених наслідків дій.

Які ж основні ознаки політичного прагматизму?

За всю історію прагматизм досліджувала чимала кількість людей, тому і думок також багато. Ключовими вважаються такі твердження:

1) Для досягнення ясності в наших думках про який — небудь об'єкт потрібно з'ясувати, які можливі при цьому наслідки практичного характеру. пізнання — це відтворення, відображення світу; істина полягає у відповідності знання і дійсності. Отже, істинність знання означає його здатність перетворюватись в успішні, ефективні дії. Відповідно істинна ідея — це працездатна

ідея. Тому істинне знання — це знання, яке працює на людину і внаслідок цього є корисним (Ч. Пірс).

2) Метод, який виправдовує себе в науці, застосовувати до соціально-політичних проблем, щоб їх розв'язання визначалось не випадком, не авторитетом, не афектами, не власними інтересами, а розумом, інтелектом. Необхідно подолати розрив між наукою та цінностями, привести їх до можливої єдності (Дж. Дьюї).

Прагматизм, як політична категорія, виносить на передній план конкретного індивідуума, всі соціальні інститути він оцінює залежно від того, що вони дають людині, які можливості росту відкривають перед нею, прагматизм з'ясовує чи забезпечує право людям мати особисту думку чи погоджуватися з нав'язаними судженнями, брати участь у вирішенні проблем й експериментуванні, критично осмислювати догми, опираючись на наукові дані, підсилює прагматичну орієнтацію в напрямку таких критеріїв: наявність політичного плюралізму, політична участь громадян у соціально-політичному житті країни, які реалізують свою участь у процесі через вибори депутатів у парламент, а також вибори президента.

Прагматик — це послідовник, прихильник прагматизму як політико-філософської системи, це людина, яка все робить тільки з позиції розумної доцільності, політичної вигоди, яка спирається на установки політики та філософії прагматизму

З позицій сьогодення, політичний прагматизм — це теорія про доцільну діяльність людини, важливими принципами якої є справа, потреба у практичних діях, матеріальний інтерес, вирішальна роль волі у здійсненні політичного курсу. Основна позитивна ідея політичного прагматизму — необхідність діяти, не покладаючись на авторитет, шукати найкращі способи та варіанти, приймати обгрунтовані, найефективніші рішення в умовах демократичного суспільства, що сприяє вільному необмеженому експериментуванню.

Прагматизм, як політична категорія, широко застосовується для характеристики політичних процесів, політичного життя, для прийняття важливих політичних рішень, посилення ефективності влади. Сьогодні цей прагматичний процес орієнтований на досягнення будь-яких цілей різними способами та засобами, ресурсами, інтелектуальними можливостями.

Політичний прагматизм повинен сприяти підвищенню ефективності влади, що сьогодні відбувається вельми складно. Необхідно, щоб державна влада була цілісною, а рішення її — непохитними, бо слабка влада викликає огиду. Виходячи з цього,

прагматизм, як політична категорія, повинен стати ефективною теорією підвищення ефективності влади.

Україну прагматично відносять до країн, де чітко вираженою є тенденція погіршення показників демократизації, хоча зроблено багато кроків на шляху до народовладдя.

Якщо наша Україна матиме такий цілеспрямований план дій на підставі структурних понять та ідей, то українське суспільство потребуватиме глибокого розгляду щодо вирішення багатьох проблем і, можливо, це поліпшить ставлення народу до влади. Таким чином, прагматичну теорію істини можна назвати експериментальною, тому що істина повинна бути знайдена саме «на практиці». Все це констатує сутність наукової категорії «прагматизм» і безпосередньо «політичний прагматизм».

Література

1. *О. М. Чижова*. Прагматизм як політична категорія та чинник ефективності влади. // Український науковий журнал. Освіта регіону. Політологія. Психологія. Комунікації. — 2012. — №1. — С. 92.
2. *Глухова А. В.* Политические конфликты: основания, типология, динамика (теоретико-методологический анализ). — М., 2000.
3. *Лебедев С. А.* Философия науки: Словарь основных терминов / С. А. Лебедев. — М.: Академический Проект, 2004.
4. *Алексеева Т. А.* Политическая философия. От концепции к теории / Т. А. Алексеева. — М. Росспэн, 2007.
5. *Тарас Кузьо*. Яким є місце та роль прагматизму у зовнішній політиці країни? // Прагматизм, ідеологія та українська зовнішня політика — 2009. [Електронний ресурс] URL: http://ukrudprom.ua/digest/Pragmatizm_deologya_ta_ukranska_zovnishnya_poltika.html.

Шинкарьов Ю. В. (ф-т кредитно-економічний, I курс)

ШТУЧНИЙ ІНТЕЛЕКТ

Проблеми створення штучного інтелекту та питання щодо самої природи інтелекту цікавлять людей вже щонайменше 700 років. Першу зафіксовану в історії спробу, створити машину, яка б виконувала розумову роботу, пов'язують з ім'ям іспанського винахідника Раймунда Луллія. У 1270-х роках він сконструював машину, яка мала давати відповіді на людські запитання. Машина складалася з системи кругів, що мали змогу обертатися. Кожен круг був поділений на сектори, на яких бу-

ли позначені різні латинські літери. Ці круги поєднувались між собою рухливим механізмом, обертаючи який, можна отримати різні комбінації слів, з яких складалася відповідь на запитання. Зрозуміло, що машина не виконувала розумової роботи як такої, але це було перше намагання людини надати певному пристрою інтелектуальних здібностей. І таким чином, Раймунд Луллій сформулював основну концепцію штучного інтелекту — доручення певної розумової роботи машині. Саме ця ідея буде розвиватися протягом сімох сторіч і досягне найбільшого свого розквіту в наші дні.

В 1950 році видатний англійський науковець Алан Тюрінг публікує статтю під назвою «Чи може машина мислити?» [5]. У статті він викладає основні проблеми, пов'язані з машинним інтелектом, а також описує своєрідний тест, за допомогою якого можна тестувати машину на інтелектуальні здібності. Коротко тест Тюрінга можна описати таким чином: людина-тестувальник взаємодіє через посередника з одним комп'ютером та іншою людиною. На підставі відповідей на запитання, людина-тестувальник повинна визначити, з ким вона розмовляє: з людиною або комп'ютерною програмою. Завдання комп'ютерної програми — ввести людину в оману, змусивши зробити невірний вибір. Тест дав потужний поштовх науковій дискусії, тому публікацію саме цієї статті Алана Тюрінга можна цілком вважати початком сучасних досліджень у галузі штучного інтелекту. Саме поняття «Штучний інтелект» було введено до науки дещо пізніше, в 1956 році науковцем Джоном Маккарті на конференції в Дартмуртському коледжі.

Так що ж таке штучний інтелект? Серед науковців немає одностайного розуміння щодо цього поняття, тому існує близько 70 різних визначень. Наведемо найбільш загальне та поширене поняття. Штучний інтелект — це здатність інтелектуальних систем застосовувати евристичний підхід до вирішення нестандартних задач на кшталт гри в шахи, доведення математичної теореми, медичного діагностування, спілкування, навчання тощо. Також під штучним інтелектом розуміють науку, яка розробляє та вдосконалює такі системи [2].

Сьогодні розробкою систем штучного інтелекту займається велика кількість дослідницьких центрів по всьому світі. І найбільшого прогресу в цій галузі досягли вчені, які намагаються моделювати процес мислення, що відбувається в людському мозку. Як відомо, наш мозок функціонує завдяки сигналам, що передаються між нейронами. Саме таку модель і намагаються відтворити вчені, але використовуючи не біологічні зв'язки, а електричні, створюючи так

звані «штучні нейронні мережі». Головною особливістю програм, що побудовані на основі таких мереж є їх здатність до самонавчання. Із такими програмами люди зустрічаються щодня: пошукові сервіси, інтернет-магазини, системи навігації та автопілоту, системи винесення медичних діагнозів — всюди використовуються технології на базі штучного інтелекту. Відзначимо також інструментальний програмно-інформаційний комплекс для вивчення властивостей патогенезу ВІЛ-інфекції, в якому реалізовано ідею агрегації структур знань з різних джерел; систему «Рада» для колективного прийняття рішень; ситуаційні центри при Президентові та Міністерстві оборони України, систему автоматизації законотворчого процесу в комісіях Верховної Ради України [7]. Ще одним яскравим прикладом роботи такої технології є функція голосового пошуку, яка наразі є доступною майже на кожному смартфоні. Важливо зазначити, що інтелектуальні системи застосовуються і в фінансовій сфері. Прикладом успішного застосування інтелектуальної системи в економіці може слугувати управління кредитними ризиками. Банк, до видачі кредиту певній юридичній чи фізичній особі, проводить складні статистичні розрахунки, щоб визначити кредитоздатність позичальника. Під час таких розрахунків зазвичай враховують велику кількість факторів: кредитну історію, динаміку розвитку компанії, стабільність на валютному ринку і т.д. Безперечно, такі великі розрахунки є надзвичайно складними для людини і це сильно підвищує ризик виникнення помилки, а отже і ризик виникнення збитків. Намагаючись вирішити цю проблему, в США було вирішено застосувати метод нейронних обчислень для проведення статистичних обрахунків. Результати експерименту були вражаючими: інтелектуальна система виконувала завдання швидше та точніше, ніж людина, і в деяких випадках визначала близько 90 % потенційних неплатників.

Можемо зробити висновок, що із часом штучний інтелект все глибше проникатиме в наше повсякденне життя: в економіку, в науку, в медицину, навіть у військову справу. Які далі це може мати наслідки? В оцінці цього питання експерти розділилися на два табори. Одні вважають, що без створення повноцінного штучного інтелекту неможливий майбутній розвиток цивілізації, оскільки інтелектуальні системи відкривають нові горизонти для людського суспільства. Уявіть собі світ, де інтелектуальні системи допомагають лікарям проводити дуже точну медичну діагностику, зменшують кількість ДТП на дорогах, керуючи автомобілями, а також регулюють енергосистему нашого міста. Але інші експерти застерігають, що бурний розвиток штучного інтелекту у майбут-

ньому може спровокувати величезну хвилю безробіття, а також призвести до глобальніших проблем. Зокрема, відомий британський фізик, Стивен Хокінг повідомляє, що зусилля по створенню мислячих машин можуть призвести до того, що саме існування людства опиниться під загрозою, оскільки людина наділена дуже повільним еволюційним розвитком і може не впоратись у майбутньому із машинами, які розвиваються надзвичайно швидко [6]. Схожої думки притримуються й інші видатні особистості сучасності, зокрема американський підприємець, Білл Гейтс, інженер компанії Apple, Стив Возняк і засновник космічного агентства Space X, Елон Маск.

Проте наразі, ніяких об'єктивних причин для хвилювання немає — невідомо скільки ще знадобиться часу вченим для створення повноцінного штучного інтелекту, відомо тільки те, що за інтелектуальними технологіями майбутнє.

Література

1. Штучний інтелект як феномен сучасної культури [стаття] / Ю. Ю. Петрунін. — 2005.
2. «Основи інформатики та інформаційні технології», 2 частина [учбово-методичний збірник] / Е. Н. Баликіна, Е. Є. Попова, Д. Н. Бузун — 2008. — С. 96.
3. «Введення в штучний інтелект», 3-є видання [книга] / Л.Н. Ясницький. — 2010.
4. «Штучний інтелект: філософія, методологія, іновачії» [збірник матеріалів наукової конференції] / під ред. Д. І. Дубровського, Є.А. Нікітіної. — 2006.
5. «Чи може машина мислити?» [стаття] / А. Тюрінг. — 1950.
6. «Хокінг: штучний інтелект — загроза людству» [електронний ресурс] / Режим доступу: http://www.bbc.co.uk/russian/science/2014/12/141202_hawking_ai_danger
7. Офіційний сайт Інституту кібернетики ім. В.М. Глушкова [електронний ресурс] / Режим доступу: http://www.icyb.kiev.ua/s/47/ua/istoriya_instituta_perwyu_kompyuter.html

Шукіна Л. Ю. (ф-т економіки та управління, III курс)

AGILE-МЕНЕДЖМЕНТ

Актуальність. Споживчий ринок змінився. Інтернет і всі його різні інструменти створили величезну прозорість у будь-якому бізнесі. Для того щоб досягти успіху в сьогодиньшому бізнес-середовищі, перш за все необхідно бути орієнтованим на клієнта.

Це означає не тільки слухати клієнтів, це означає безперервне поліпшення продуктів і послуг. Для того щоб компанія була перспективною, та її діяльність була ефективною, вона повинна швидко та гнучко реагувати на зміни, що відбуваються на ринку.

Постановка проблеми. Метою цієї статті є визначення сутності гнучкого менеджменту та перспектив його застосування в управлінні сучасними підприємствами.

Результати дослідження. Agile-менеджмент — метод планування та управління процесами та проектами, який виділяє короткі цикли розробки продукту, надаючи додаткові оновлення в залежності від зміни потреб клієнта та дозволяє менеджерам на всіх рівнях планувати роботу, швидко реагувати на зміну ринкових умов і бізнес-середовища.

У цьому методі використовується розділення процесів на окремі частини, які називаються ітераціями. Кожна ітерація розглядається та оцінюється командою спеціалістів окремо. У даному випадку команда може включати в себе представників бізнесу, а також — усіх зайнятих у цьому проекті людей та інших зацікавлених осіб. Висновки, отримані від оцінки ітерації, використовуються, щоб визначити, яким має бути наступний крок у проекті. Кожна ітерація проекту повинна продовжуватися, як правило, протягом двох тижнів.

Основні принципи agile-менеджменту [2]:

- необхідні активні дії усіх учасників процесу або проекту;
- команда повинна мати можливість приймати спільні рішення;
- вимоги можуть змінюватися, але часовий проміжок повинен бути зафіксований;
- ставити вимоги на найвищому рівні, полегшувати їх та візуалізовувати;
- розробляти короткі, поступові кроки (ітерації);
- фокусуватися на постійному наданні результатів;
- тільки після закінчення поточної ітерації переходити до наступного кроку;
- застосувати правило 80/20 (за перші 20 % витраченого часу (затрати) досягається 80 % результатів (випуск), інші 80 % витраченого часу приносять лише 20 % загального підсумку);
- постійно тестувати отримані результати — перевіряти впродовж всього періоду роботи, не тільки у кінці;

Ці характеристики суттєво відрізняються від традиційних методів управління та є загальними для agile-менеджменту. Цей метод управління має сім «ключів до успіху», яких обов'язково необхідно дотримуватися [1]:

1. Розвиток лідерів на всіх рівнях. Компанія має визнати факт, що рішення можуть бути прийняті на всіх рівнях. Це означає, що «модель лідерства» та «розвиток лідерства» повинна бути доступною для багатьох людей.

2. Створення культури навчання. По-перше, працівникам пропонують витратити час на навчання, мотивуючи певними бонусами, винагородами. По-друге, помилки обговорюються і розглядаються. По-третє, від працівника очікується отримання досвіду. По-четверте, організації, які мають таку практику, розуміють, що найважливіший потенціал компанії — це люди.

3. Створення невеликих команд. Невеликі само-організовані команди дуже швидко приймають рішення, вони відповідальні один перед одним, вчать один у одного, дізнаються, як працювати разом.

4. Фокус на зворотній зв'язок, а не тільки підзвітність. Це означає, що керівник підлеглому дозволяє взяти під контроль проблему і дає можливість самостійно приймати рішення по її ліквідації.

5. Створення різноманітної(диференційованої) стратегії, а не чітко побудованої на програмних відповідностях. Хороші ідеї створюються в неоднорідних компаніях, тобто це компанії, співробітники яких мають різний вік, національність, расу, компетенцію, здібності, досвід і т.д.

6. Зробити інформацію прозорою. Це означає, що необхідно дозволяти менеджерам на всіх рівнях бачити фінансовий результат, зворотній зв'язок клієнтів і внутрішню інформацію про талановитих людей.

7. Поєднання принципів і цінностей. Дуже важливо, щоб принципи, цілі та цінності компанії були об'єднані та не суперечили один одному.

Висновки. Компанія, яка вирішила запроваджувати принципи «agile-management», повинна з'ясувати чи потрібна їй взагалі гнучкість як ключова перевага, чи краще далі діяти за класичними методами управління. Метод управління «Agile-management» насамперед характеризується: по-перше, пришвидшує випуск продукції на ринок і знижує вартість роботи за рахунок відсутності необхідності планування; по-друге, дає можливість управляти пріоритетами, що постійно змінюються; по-третє, збільшується наочність і прозорість стану справ у проєкті; по-четверте, збільшується продуктивність команд; по-п'яте, отримується якісніший результат за рахунок відсутності штучних обмежень, накладених на висококваліфікованих фахівців.

Література

1. J. Bersin Learning from Facebook and IBM: 7 Keys to Business Agility: [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://www.forbes.com/sites/joshbersin/2012/05/26/agile-management-7-keys-to-success/>
2. K. Waters What Is Agile? (10 Key Principles of Agile): [Електронний ресурс]. — Режим доступу: <http://www.allaboutagile.com/what-is-agile-10-key-principles/>

Ящук Ю. А. (обліково-економічний ф-т, IV курс)

INTERNET-БАНКІНГ: ПРОБЛЕМИ ТА ПЕРСПЕКТИВИ РОЗВИТКУ

Постановка проблеми. За сучасних умов інтеграції України в світовий економічний простір і глобалізації ринкової економіки, питання щодо використання internet-банкінгу набуває все більшої актуальності та потреби, оскільки інноваційні технології широко розповсюджуються в усі сфери життєдіяльності суспільства. Самим передовим сектором економіки у застосуванні новітніх технологій є банківські установи.

Аналіз останніх досліджень і публікацій. На сьогодні інтернет-банкінг є одним із найбільш технологічно і фінансово-розвинутих сегментів ринку фінансових послуг. Він дає можливість дистанційно управляти своїми коштами. Дану проблематику розглянуто у працях М. Б. Шлаїна, А. Я. Страхарчука, В. П. Стахарчука, Г. О. Михайлюк, О. О. Чуб та інших. Актуальність даної теми обумовлена недостатнім її висвітленням у літературі та існуванням проблеми розвитку інтернет-банкінгу саме в Україні.

Виклад основних результатів дослідження. Internet-банкінг — це вид банківської послуги з надання клієнту фінансових інструментів для віддаленого управління його банківськими рахунками. Інтернет-банкінг забезпечує здійснення таких операцій: теледоступ до операцій з будь-якого комп'ютера, що підключений до мережі Інтернет; сплату послуг телебачення, операторів мобільного зв'язку, Інтернет, on-line ігри, сплату комунальних платежів; отримання витягів про рух коштів за картою або рахунком за відповідний проміжок часу; відкриття депозитів, погашення кредитів, переказ коштів, здійснення різних операцій з кредитними картами; перегляд курсів валют, оголошень банку, надання заявок на купівлю/продаж/конвертацію валюти та ін. [5, с. 400].

Необхідно відзначити, що ідея створення Інтернет-банкінгу як системи виникла в США (18 жовтня 1995 р. Security First Network

Bank). Однією з причин стало наявне на той момент обмеження на відкриття банками філій в інших штатах і пошук варіантів надання послуг клієнтам, що перебувають в іншому штаті чи країні. Лише за підсумками першого року діяльності, додатковий щомісячний приріст доходу становив 20 % [2].

Аналіз тенденцій розвитку Інтернет-банкінгу у світі доводить, що на даний момент банківський Інтернет-сервіс на Заході є одним із найдинамічніших сегментів електронної комерції, адже майже кожен п'ятий європеець користується послугою Інтернет-банкінгу. За статистичним звітом компанії Fitch IBCA, частка клієнтів найбільших європейських банків, які користуються послугою інтернет-банкінгу, перевищує 10 %: SE Banken (Швеція) — 25 %, MeritaNorbanken (Фінляндія/Швеція) — 15 %, Deutsche Bank (Німеччина) — 8 %, Barclays (Великобританія) — 4 %, BSCH (Іспанія) — 2%. УСША майже всі найбільші банки надають послугу інтернет-банкінгу, у тому числі Citicorp, Bank of America, Wells Fargo, Bank One, First Union [1].

Використання інтернет-банкінгу, як дистанційного обслуговування на ринку українських банківських послуг було запроваджено у 1998 році ПриватБанком, а вже через рік — у ВА-Банку (VAB). До банків, які активно просуваються на шляху освоєння Інтернет-банкінгу, можна віднести «Приватбанк», «ПУМБ», «ВАБанк», «Трансбанк», «Експрес-банк», «Альфа-Банк», «ОТР Bank», «Дельта-банк».

Найпопулярнішим сервісом Інтернет-банкінгу для українських користувачів, за даними «Gfk Ukraine», є система «Приват 24», власником якої є «ПриватБанк». Послугами «Приват 24» користуються 77 % опитаних клієнтів. Серед провідних варто виділити такі: «Приват 24», «Enter», «EXIM», «My Alfa-Bank», «ОТРdirect», «KredoDirect» [4].

Слід зауважити, що не всі найбільші банки за розміром активів рейтингу НБУ намагаються сформувати конкурентні переваги за допомогою електронних банківських послуг. Відносно стійка позиція банку на ринку банківських послуг не є показником високого рівня користування Інтернет-банкінгу. Наприклад, в австрійському транснаціональному банку «Райфайзен банк Аваль», який є одним з найбільших банків України, рівень використання Інтернет-банкінгу досить низький, основними причинами є малий сервіс і великі комісійні.

За результатами дослідження найбільш використовуваних можливостей Інтернет-банкінгу [3] серед українських користувачів цієї системи було виявлено, що українців найбільше цікавить перегляд залишку на їх рахунку, оплата комунальних послуг, послуг мобіль-

ного зв'язку, отримання інформації про всі відкриті рахунки і банківські продукти. Дане дослідження дозволило банкам отримати інформацію про послуги Інтернет-банкінгу, які найбільше цікавлять їх клієнтів, і послуги, на які потрібно звернути особливу увагу щодо підвищення їх конкурентоспроможності серед користувачів.

Використання Інтернет-банкінгу, як банківської послуги, дозволило банкам істотно прискорити та спростити документообіг, знизити собівартість банківських операцій, зменшити обсяг паперової роботи. Інтернет-банкінг знижує витрати банку, підвищує комфорт і дозволяє банку отримувати додатковий комісійний дохід. Однак існує ряд причин, що перешкоджають розвитку Інтернет-банкінгу в Україні. Перш за все — відсутність нормативно-правової бази, також недовіра людей до банківської системи, страх втрати коштів, тобто низький рівень фінансової грамотності населення України [2].

З метою подолання основних бар'єрів, що гальмують належний рівень організації та використання Інтернет-банкінгу необхідно: покращити систему гарантування безпечності платежів як для покупців, так і для продавців банківських продуктів; покращити цивільно-правове регулювання Інтернет-банкінгу; розробити та запровадити нові нетрадиційні банківські послуги адаптованіші до електронного способу надання.

Висновки. Отже, Інтернет-банкінг у сучасних умовах стає важливим джерелом банківського прибутку і одним з критеріїв конкурентоспроможності на сучасному ринку банківських послуг. Це один з яскравих прикладів вживання нових технологій, що дозволяє перевести банківське обслуговування на новий якісний рівень. Інтернет-банкінг, як форма вдосконалення дистанційного керування має широкі перспективи та великий потенціал для подальшого розвитку.

Література

1. Єсіна О. Г. Інтернет-банкінг в Україні: сучасний стан, проблеми та перспективи розвитку / О. Г. Єсіна // Вісник соціально-економічних досліджень. — 2013. — Вип. 1. — С. 209—213.
2. Міщанин О. М. Інтернет-банкінг в Україні / О. М. Міщанин // Молодіжний економічний дайджест. — 2014. — № 1(1). — С. 71—75
3. Прес-реліз Київського міжнародного інституту соціології. Динаміка використання Інтернет в Україні [Електронний ресурс]. — Режим доступу :<http://www.kiis.com.ua>
4. Статистична інформація щодо основних банківських показників [Електронний ресурс]. — Режим доступу : <<http://www.ingfn.com.ua>>.
5. Страхарчук А. Я. Інформаційні системи і технології в банках: [навч. посіб.] / А. Я. Страхарчук, В. П. Страхарчук. — К.: Знання, 2010. — 515 с.

Наукове видання

СОЦІАЛЬНО-ЕКОНОМІЧНІ ПЕРСПЕКТИВИ УКРАЇНИ у ХХІ СТОЛІТТІ

***Збірник доповідей
82-ї наукової конференції студентів КНЕУ
21—24 квітня 2015 р.***

***Відповідальна за випуск
О. А. Петухова***

*Художник обкладинки Т. Зябліцева
Коректор Ю. Пригорницький
Верстка В. Ремська*

Підп. до друку 28.05.15. Формат 60×84/16. Папір офсет. № 1.
Гарнітура Тип Таймс. Друк офсетний. Ум.-друк. арк. 16,27.
Обл.-вид. арк. 18,52 Наклад 100 пр. Зам. 15-5077.

Державний вищий навчальний заклад
«Київський національний економічний університет імені Вадима Гетьмана»
03680, м. Київ, проспект Перемоги, 54/1

Свідцтво про внесення до Державного реєстру
суб'єктів видавничої справи (серія ДК, № 235 від 07.11.2000)

Тел./факс (044) 537-61-41; тел. (044) 537-61-44
E-mail: publish@kneu.kiev.ua