

**Громадська організація
«Київський економічний науковий центр»**

**ЗБІРНИК МАТЕРІАЛІВ
ВСЕУКРАЇНСЬКОЇ НАУКОВО-ПРАКТИЧНОЇ
КОНФЕРЕНЦІЇ**

**«ЕКОНОМІКА, УПРАВЛІННЯ, ФІНАНСИ:
ПРОБЛЕМИ ТА ПЕРСПЕКТИВИ РОЗВИТКУ»**

15 вересня 2018 року

Київ
2018

УДК 330(063)
Е 45

Економіка, управління, фінанси: проблеми та перспективи розвитку:
збірник матеріалів Всеукраїнської науково-практичної конференції (м. Київ,
15 вересня 2018 р.). – К.: ГО «Київський економічний науковий центр», 2018. –
104 с.

УДК 330(063)
Е 45

Усі матеріали подаються в авторській редакції.

ЗМІСТ

СЕКЦІЯ 1. ЕКОНОМІКА ТА УПРАВЛІННЯ НАЦІОНАЛЬНИМ ГОСПОДАРСТВОМ

Єрмоєнко І. О. РОЗВИТОК УКРАЇНСЬКОГО РИНКУ ЗЕРНА: ТЕНДЕНЦІЇ ТА ПЕРСПЕКТИВИ	5
Крилова І. І. ДЕЯКІ ЕКОНОМІЧНІ АСПЕКТИ ПРОБЛЕМ ВОДОПОСТАЧАННЯ	8
Резяпов К. І. СУЧАСНИЙ СТАН ФОНДОВОГО РИНКУ УКРАЇНИ.....	11

СЕКЦІЯ 2. ЕКОНОМІКА ТА УПРАВЛІННЯ ПІДПРИЄМСТВАМИ

Белоус Н. Л. ОСОБЛИВОСТІ ПРОЦЕСУ УПРАВЛІННЯ ПРИБУТКОМ ПРИ РЕАЛІЗАЦІЇ ПІДПРИЄМСТВОМ МОДЕЛІ МАКСИМІЗАЦІЇ ПРИБУТКУ	16
Вітка Н. Є., Вітка О. О. ТЕОРЕТИКО-МЕТОДОЛОГІЧНІ ПІДХОДИ ДО ВИЗНАЧЕННЯ «ЗОВНІШНЬОЕКОНОМІЧНА ДІЯЛЬНІСТЬ»	19
Грамастик О. П., Метіль Т. К. МЕТОДИ ФОРМУВАННЯ ЗАРОБІТНОЇ ПЛАТИ, ЩО ЗАБЕЗПЕЧУЄ МОТИВАЦІЮ ПЕРСОНАЛУ	24
Дрокіна Н. І. СУЧАСНІ НАПРЯМИ ТА СТРАТЕГІЇ ІНТЕРНЕТ-МАРКЕТИНГУ.....	28
Епрікян К. А. ДЕЯКІ ПІДХОДИ ДО ВИЗНАЧЕННЯ ДЕФІНІЦІЇ «КОНКУРЕНТНОСПРОМОЖНОСТІ».....	33
Захарова О. Л. ТЕОРЕТИЧНІ ЗАСАДИ ВАЛЮТНИХ РИЗИКІВ ЗОВНІШНЬОЕКОНОМІЧНОЇ ДІЯЛЬНОСТІ ТА НЕОБХІДНІСТЬ УПРАВЛІННЯ НИМИ.....	36
Зіновська С. І. НАПРЯМИ ПОКРАЩЕННЯ ЕФЕКТИВНОСТІ УПРАВЛІННЯ ПЕРСОНАЛОМ НА ПРОМИСЛОВИХ ПІДПРИЄМСТВАХ.....	39
Іжевський П. Г. МОДЕЛІ ВІДНОСИН ПІДПРИЄМСТВА ЗА ІНТЕРЕСАМИ В ІНТЕГРОВАНИХ БІЗНЕС-СИСТЕМАХ.....	43
Лозиченко О. М. НЕОБХІДНІСТЬ ВИКОРИСТАННЯ ІНФОРМАЦІЙНОГО ЗАБЕЗПЕЧЕННЯ В УПРАВЛІННІ ДІЯЛЬНІСТЮ НА ПРОМИСЛОВИХ ПІДПРИЄМСТВАХ	47
Поляков П. А. ДІАГНОСТИКА РІВНЯ ЕКОНОМІЧНОЇ БЕЗПЕКИ ПРОМИСЛОВИХ ПІДПРИЄМСТВ	51
Римська І. О., Метіль Т. К. ЕКОНОМІЧНА СУТНІСТЬ ПОНЯТТЯ «САНАЦІЯ» ТА ЇЇ ВИДИ.....	55
Трішкіна Н. І. ФОРМУВАННЯ ЦІНОВОЇ СТРАТЕГІЇ ПІДПРИЄМСТВА	59
Швець Ю. О. ВИЗНАЧЕННЯ СУТНОСТІ АНТИКРИЗОВОГО УПРАВЛІННЯ ТА ЙОГО ВИДІВ НА ПРОМИСЛОВИХ ПІДПРИЄМСТВАХ.....	64

СЕКЦІЯ 3. ЕКОНОМІКА ПРИРОДОКОРИСТУВАННЯ ТА ОХОРОНИ НАВКОЛИШНЬОГО СЕРЕДОВИЩА

Жавнерчик О. В., Ярошенко Ю. О. ЕКОЛОГООРІЄНТОВАНЕ СТРАТЕГУВАННЯ ПРОДОВОЛЬЧОЇ БЕЗПЕКИ: МОНІТОРИНГОВИЙ АСПЕКТ	68
---	----

СЕКЦІЯ 4. ДЕМОГРАФІЯ, ЕКОНОМІКА ПРАЦІ, СОЦІАЛЬНА ЕКОНОМІКА І ПОЛІТИКА

Alzhanova N., Saurbayeva A. DEFINING TRENDS AND PROSPECTS FOR DEVELOPMENT OF SOCIAL ENTREPRENEURSHIP IN KAZAKHSTAN.....	73
--	----

Лубяков А.К. ШЛЯХИ ПОКРАЩЕННЯ ЯКОСТІ ТРУДОВОГО ЖИТТЯ ПЕРСОНАЛУ НА ПІДПРИЄМСТВІ	77
---	----

Лугін А. Ю., Молованюк А. В. ОЦІНЮВАННЯ ПЕРСОНАЛУ НА ЕТАПІ ПРОФЕСІЙНОГО ПІДБОРУ	79
---	----

Шорохова С. О. ОЦІНКА РИНКУ ПРАЦІ УКРАЇНИ	81
---	----

СЕКЦІЯ 5. ГРОШІ, ФІНАНСИ І КРЕДИТ

Гарькава В. Ф., Гончар В. В. СУЧАСНА МЕТОДИКА АНАЛІЗУ РЕАЛІЗАЦІЇ ГОТОВОЇ ПРОДУКЦІЇ НА ПІДПРИЄМСТВІ	84
---	----

Злобіна К. С. ПРОБЛЕМИ ОЦІНКИ РЕАЛЬНОСТІ ТА ДОСТОВІРНОСТІ ФІНАНСОВИХ ПЛАНІВ	88
---	----

Коверза В. С. ПРОБЛЕМАТИКА ПІДХОДІВ ДО СТРАТЕГІЧНОГО УПРАВЛІННЯ БАНКОМ	90
--	----

Раховська І. О. ІНФОРМАЦІЙНЕ ЗАБЕЗПЕЧЕННЯ ФІНАНСОВОГО АНАЛІЗУ	94
---	----

СЕКЦІЯ 6. БУХГАЛТЕРСЬКИЙ ОБЛІК, АНАЛІЗ ТА АУДИТ

Колосова О. В. МІГРАЦІЯ УКРАЇНЦІВ ЯК ЗАСІБ ЕКОНОМІЧНОГО ЗНИЩЕННЯ НАЦІЇ.....	97
---	----

СЕКЦІЯ 7. МАТЕМАТИЧНІ МЕТОДИ, МОДЕЛІ ТА ІНФОРМАЦІЙНІ ТЕХНОЛОГІЇ В ЕКОНОМІЦІ

Головій Ю. А. АНАЛІТИЧНИЙ ОГЛЯД ІСНУЮЧИХ МЕТОДІВ ОЦІНЮВАННЯ РИЗИКІВ У СТРАХУВАННІ	99
--	----

СЕКЦІЯ 1. ЕКОНОМІКА ТА УПРАВЛІННЯ НАЦІОНАЛЬНИМ ГОСПОДАРСТВОМ

Єрмоєнко І. О.

студентка факультету економіки, бізнесу і контролю
кафедри економіки промисловості

*Одеська національна академія харчових технологій
м. Одеса, Україна*

РОЗВИТОК УКРАЇНСЬКОГО РИНКУ ЗЕРНА: ТЕНДЕНЦІЇ ТА ПЕРСПЕКТИВИ

Актуальність обраної теми обумовлена потребою в аналізі особливостей ринку зернових культур України та впливом на нього світового ринку. Надзвичайно важливою є оцінка тенденцій, що спостерігаються на світовому ринку зернових, та їх впливу на розвиток даної галузі в Україні. Для розв'язання цих проблем необхідно проаналізувати тенденції світового товарного ринку протягом тривалого проміжку часу.

Питанням розвитку світових ринків зернових культур та українського ринку зерна присвячено чималу кількість досліджень вчених та дослідників, цим займалися такі вчені, як В. І. Бойко, Г. В. Черевко, П. Т. Саблук, М. Г. Лобас, В. А. Андрійчук, В. П. Губенко, М. В. Калінчик, В. М. Лебедев, В. Я. Амбросов, Ю. Я. Лузан, В. С. Шибанін.

Зернове виробництво належить до стратегічних галузей будь-якої держави. Протягом тривалого періоду Україна за показником виробництва зернових на душу населення належала до першої десятки країн світу. На сучасному етапі розвитку зернового ринку країни спостерігаються тенденції випередження темпів виробництва зерна над темпами розвитку внутрішнього ринку. Крім того, останнім часом набуває все більшої актуальності виробництво достатньої кількості зерна не лише для забезпечення внутрішніх потреб держави, а також для зміцнення позицій України на світовому ринку [1, с. 79].

Аналіз тенденцій розвитку світового ринку зерна дозволяє відзначити, що світове виробництво зерна в коротко- і довгостроковій перспективі

здатне в цілому задовольнити попит на продукти зернового виробництва, навіть при очікуваному у найближчі 20 років щорічному збільшенні населення планети на 80 млн чоловік. У цих умовах приріст зернових культур буде відбуватися в основному за рахунок його розвитку в тих країнах, де є для цього сприятливі умови.

Підвищення попиту на зерно й передбачуване зростання світових цін на нього будуть сприяти в ряді країн використанню земельних резервів, які в цей час не задіяні відповідно до програм виведення земель із обороту. У цих умовах приріст виробництва зернового сектору буде відбуватися в країнах, де для цього є всі умови. У цілому світовий ринок зерна в коротко- і довгостроковій перспективі здатний задовольнити світовий попит на зернові культури. У зв'язку із цим можна виділити наступні основні тенденції в розвитку світового ринку зерна: у найбільш розвинених і багатих країнах попит на продукти зернового виробництва буде залишатися приблизно на одному рівні, зміни торкнуться в основному структури споживання і якості продуктів харчування; торгівля переробленими й готовими до вживання продуктами буде розбудовуватися швидше, ніж товарами, які не пройшли обробку [2].

Підвищення ефективності зернового виробництва можливе за рахунок удосконалення організації зернового ринку, а також застосування підходів, які сприяли б підвищенню урожайності зернових культур і зниженню їх собівартості, підвищенню якості зерна, із врахуванням досвіду кращих підприємств галузі. Якщо підвищити ефективність зернового виробництва, Україна займатиме вигіднішу позицію на світовому ринку зерна, що посилюватиме потенціал економічного розвитку країни та сприятиме покращенню фінансово-економічного стану [3, с. 114-118].

Державна політика в Україні в галузі сільського господарства стає більш стабільною та орієнтованою на розвиток власного виробничого і переробного комплексів, що повинно забезпечити Україні справжню незалежність в питаннях продовольчої безпеки. Централізація аграрного ринку через державні установи консолідуватиме ринок та зробить його роботу більш зрозумілою та вигідною для товаровиробників.

Внутрішній ринок зерна та ціноутворення на ньому стає прозорішим при використанні послуг біржової торгівлі. Розширення посівних площ в наступному сезоні, достатній рівень самофінансування за рахунок ринкових цін та впевненість в державній політиці дозволить українським товаровиробникам досягнути необхідної прибутковості, покращити власний

матеріально-технічний стан, користуючись вигідною ринковою кон'юнктурою, збільшити виробництво продовольства і здобути вагомий вплив на світовому ринку [4].

З усього вищесказаного можна дійти висновку про те, що в перспективі обсяг виробництва зерна має тенденцію до росту; обсяг імпорту скорочується; обсяг експорту зростає. Україна за відповідних економічних умов спроможна забезпечити себе необхідною кількістю зерна та забезпечити експорт значної його кількості на світовий ринок. Успішна зернова експортна експансія здатна забезпечити значне зростання валової доданої вартості в сільському господарстві України. Обсяги виробництва зерна в Україні мають забезпечити повне задоволення внутрішніх потреб держави для продовольчих цілей, зміцнення і якісне поліпшення кормової бази для розвитку тваринництва, значне збільшення експортного потенціалу, поповнення стратегічних запасів. продукції, прибутку й рентабельності діяльності суб'єктів господарювання.

Отже, попит на продукцію круп'яних культур як на світовому, так і вітчизняному ринку має сталу тенденцію до зростання тому, що змінюється культура споживання населення (турбота про здоров'я примушує більше вживати продуктів переробки круп), завдяки застосуванню сучасних агротехнологій вирощування круп'яних культур збільшується їх урожайність, що зможе забезпечити досягнення продовольчої безпеки, поліпшення харчування населення планети.

Література:

1. Кириленко І.Г. Формування зернового ринку в Україні: стратегія розвитку / І.Г. Кириленко // Економіка АПК. – 2009. – № 9.
2. Світовий ринок зерна: попит і пропозиція [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://agro-business.com.ua/agro/ekonomichnyi-hektar/item/9352-svitovyi-rynok-zerna-popyt-i-propozytsiia.html>.
3. Кучер С.В. Фактори впливу на стан ефективності зернового господарства в Україні / С.В. Кучер // Економіка АПК. – 2004. – № 1. – С. 114-118.
4. Ринок зернових: підсумки та перспективи [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://agrex.gov.ua/rinok-zernovih-pidsumki-ta-perspekti/>.

Крилова І. І.
кандидат юридичних наук,
докторант кафедри економічної політики та врядування
*Національна академія державного управління
при Президентові України
м. Київ, Україна*

ДЕЯКІ ЕКОНОМІЧНІ АСПЕКТИ ПРОБЛЕМ ВОДОПОСТАЧАННЯ

В умовах ринкової економіки однією з важливих завдань є раціональне використання ресурсів. Серед природних ресурсів особливе місце займає стан та використання питної води, оскільки вода є найважливішим екологічним ресурсом і головною складовою живих організмів. Наявність водних ресурсів безпосередньо впливає на економіку регіону та країни в цілому і є показником рівня життя населення.

За рівнем водозабезпечення Україна посідає одне з останніх місць серед країн Європи, тоді як за водоемністю валового суспільного продукту випереджає більшість із них – водні ресурси нашої країни використовуються, а отже і забруднюються набагато інтенсивніше, ніж в інших країнах. Сфера водопостачання України має найважливіше значення не тільки для розвитку економіки, але й, в першу чергу, для забезпечення життєдіяльності населення країни. Однак за останні роки багато елементів системи водопостачання почали представляти загрозу безпеці населення.

В Україні основним видом питного водопостачання населення є централізоване з використанням для виготовлення питної води як поверхневих, так і підземних вод з глибоко залеглих водоносних горизонтів. Відомо, що якість водопровідної питної води залежить від різних чинників, основними з яких є стан та якість води джерела питного водопостачання, ефективність водоочисних споруд та технології водопідготовки, санітарно-технічний стан водопровідних мереж. В сучасних умовах усі ці чинники не відповідають нормативним вимогам, внаслідок чого створюються несприятливі умови для отримання питної води належної якості [8; 7].

Забезпечення населення доброякісною водою стає чи не найважливішою проблемою. Від її вирішення залежить сталий розвиток суспільства та збереження природного навколишнього середовища. Незважаючи на те, що Україна має досить розвинені системи водопостачання, в країні спостерігається

погіршення якості водопостачання і зниження надійності роботи технічних систем. Це пов'язано з тим, що об'єкти цих систем є застарілими, практично не оновлюються і, як наслідок, підвищилась їх аварійність. У багатьох містах перестали функціонувати водоочисні споруди. Тому потрібне кардинальне технічне оновлення об'єктів водопостачання, впровадження сучасних технологій, забезпечення природоохоронних заходів [1; 8].

Вирішення зазначеної проблеми потребує комплексного підходу, консолідації сил у державі у сфері використання та охорони запасів прісної води. При цьому, величезна відповідальність за організацію та реалізацію державної політики у цій сфері лежить на представниках всіх органів державної влади та місцевого самоврядування, що приймають закони та підзаконні акти у цій сфері, спрямовані на забезпечення державного управління, державного регулювання, державної політики, використання, охорони водних об'єктів, водопостачання та водовідведення.

На сьогоднішній день в сфері водопостачання та водовідведення існує цілий ряд проблем, які носять системний характер, серед яких: високий рівень зносу комунальної інфраструктури, об'єктів водопостачання та водовідведення від 50 до 90%; соціальна значущість сфери, обмеження зростання розміру тарифів; значні витрати на модернізацію, низька очікувана прибутковість проектів, мала інвестиційна привабливість для бізнесу; збільшення тарифу на електроенергію; планово-збиткова діяльність підприємств; підвищена потужність використовуваного обладнання; значний знос споруд та трубопровідної системи; заборгованість споживачів за послуги з водопостачання та водовідведення.

Водопровідна система України доволі складний інженерний комплекс, річна продуктивність якого сягає 2×10^9 м³. Значна частина споруд цього комплексу відпрацювала нормативний термін і потребує оновлення [3]. Найбільшою проблемою системи водопостачання в Україні та водопровідної мережі зокрема, побудованої 30-50 років тому, є її спрацьованість, що складає 30%. Це негативно позначається на якості очищеної води і є причиною вторинного її забруднення [6; 2]. З погіршенням технічного стану водопровідних систем знижується ефективність їх роботи та зростають втрати води. Показник втрат води у міських мережах є надто високим – у межах 0,4-3,0 м³ /км/год, у той час як у Західній Європі – 0,1-0,4 м³ /км/год [6; 3].

В Україні переважно використовуються застарілі енергоємні технології з очищення питної води, що не забезпечують видалення з неї нових техногенних забруднюючих компонентів. На жаль, відсутні оцінки економічних збитків та отримання можливих економічних ефектів від вирішення водогосподарських проблем у реальному секторі економіки. При проблемах з питною водою, близько 20% її (після водопідготовки) йде на виробничі потреби і ще 15% втрачається при транспортуванні. Понад половину цих втрат припадає на житлово-комунальну галузь. У окремих регіонах втрати води сягають до 60%, що впливає на собівартість послуг централізованого питного водопостачання й тарифи для населення.

Система моніторингу водних ресурсів і контролю якості питної води в Україні не відповідає міжнародним та європейським стандартам. Державні санітарні норми та правила «Гігієнічні вимоги до води питної, призначеної для споживання людиною», затверджені Міністерством охорони здоров'я України від 12.05.2010 р., визнали такими, що втратили чинність державні санітарні правила і норми 1996 року, але в повному обсязі почнуть діяти лише з 2020 року (в частині санітарно-хімічних показників безпечності та якості питної води). Таким чином сьогодні в Україні практично відсутній повноцінний діючий державний стандарт на питну воду.

Державна підтримка сфери водопостачання та водовідведення протягом 10 років для покращення забезпечення населення України питною водою нормативної якості, реформування та розвитку водопровідно-каналізаційного господарства тощо, на жаль не надала очікуваного результату. Суттєвих змін у забезпеченні громадян якісною питною водою протягом 2006–2015 років не відбулось [4; 5].

Таким чином, проблеми, пов'язані із розвитком економіки України, зокрема із однією з найбільш стратегічно важливої галузі – водопостачання та водовідведення, що в певній мірі є гарантом забезпечення національної економічної безпеки, набувають особливого значення, та рішучих кроків з боку держави.

Література:

1. Бабич М. Аналіз сучасного стану систем водопостачання в Україні та напрями його покращання. // Вісник Львівського національного аграрного університету. Серія: Агроінженерні дослідження. – 2016. – № 20. – С. 55-60.

2. Гіроль М.М., Ковальський Д., Хомко В.Є., Гіроль А.М. Проблеми якості води в водопровідних мережах. Водопостачання та водовідведення. Виробничо-практичний журнал. К.: № 2, 05.2008, 1-21.
3. Гіроль М.М., Семчук Г.М. Ефективність систем водопостачання України як фактор національної безпеки держави // Надзвичайна ситуація, № 5, 2001 р.
4. Загальнодержавна цільова програма «Питна вода України» на 2001-2020: Закон України від 03.03.2005 № 2455-ІУ. База даних «Законодавство України» URL: <http://zakon.rada.gov.ua/laws/show/2455-15>.
5. Звіт про результати аудиту виконання завдань і заходів, передбачених Загальнодержавною цільовою програмою «Питна вода України» на 2011–2020 роки: рішення Рахункової палати України від 09.02.2016 № 2-1. Офіційний сайт РПУ. URL: http://www.ac-rada.gov.ua/doccatalog/document/-16748332/zvit_2-1.pdf?subportal=main.
6. Національна доповідь про якість питної води та стан питного водопостачання в Україні у 2015 р. Офіц. сайт Мінрегіону України. URL: <http://www.minregion.gov.ua/napryamki-diyalnosti/zhkh/teplo-vodopostachannya-ta-vodovidvedennya/natsionalna-dopovid/>.
7. Семчук Г.М. Забезпечення населення України питною водою високої якості: проблеми та перспективи // Збірник доповідей за матеріалами Міжнародного конгресу «ЕТЕВК-2007». – Ялта, 2007. – С. 1-5.
8. Семчук Г.М. Народу України – якісну питну воду // Водопостачання та водовідведення: спецвипуск. – 2008. – № 1. – С. 2.

Резяпов К. І.

аспірант кафедри міжнародних економічних відносин

Університет імені Альфреда Нобеля

м. Дніпро, Україна

СУЧАСНИЙ СТАН ФОНДОВОГО РИНКУ УКРАЇНИ

Світовий досвід показує, що найбільш ефективним в економіці є таке співвідношення форм власності, коли приватна власність переважає над державною, а господарську діяльність здійснюють величезна кількість власників в умовах розвинутого конкурентного середовища. З метою створення такої ситуації в Україні проводилася приватизація значної частини державної власності. Одночасно з приватизацією в країні створилися передумови для утворення ринку цінних паперів.

Саме виникнення фондового ринку (ФР) було пов'язано, насамперед, із приватизацією власності, її роздержавленням і акціонуванням. Цей процес розвивався в основному шляхом кількісного зростання відособлених господарюючих суб'єктів, тобто за рахунок розширення.

Таким чином, процеси приватизації й розвитку ФР – взаємообумовлені й тісно взаємозалежні й не можуть відбуватися окремо один від одного. Однак, динаміка розвитку ФР й темпів приватизації в Україні не синхронні.

Серед причин, які спричинили асинхронний розвиток ФР й процесу приватизації, можна виділити основні.

По-перше, у самій програмі приватизації закладені ідеї, які уповільнюють процес формування класичного ФР. До приватизації були допущені в масовій кількості збиткові й малорентабельні підприємства, що потребують істотної модернізації, реконструкції або репрофільювання, коштів на які в ході ваучерної приватизації не надійшло [2].

Однак за результатами приватизації в Україні можна зробити висновок, що далеко не завжди нові власники стали ефективними, тому що:

1. Не було створене досить широке коло приватних власників, яке, у свою чергу, забезпечує створення конкурентного середовища і господарську мотивацію.

2. Була відсутня чітка правова база для проведення процесу приватизації та подальшого становлення нових ефективних власників. Законодавство не мотивувало населення до підприємництва.

3. Відсутність інформаційної та роз'яснювальної підтримки з боку держави також сприяло нерозумінню більшістю суб'єктів сутності приватизації і перспектив, які відкриваються у зв'язку з нею.

4. Відносини між державною і приватною власністю в Україні не були належним чином відрегульовані, тому пріоритет в поведінковій лінії держструктур як і раніше залишився за державною власністю.

5. Нерентабельні підприємства виявилися на узбіччі приватизаційного процесу. В результаті не було створено мотивації для того, щоб вони потрапили в руки ефективних власників.

6. У зв'язку з відсутністю жорстких вимог до оцінки майна, що приватизується, перехід прав володіння на засоби виробництва дуже часто здійснювався за вкрай заниженими цінами.

7. Процес приватизації проводився і проводиться, як відзначають багато авторів, безсистемно і без урахування ситуації, що склалася на ринку. В результаті плани приватизації, як правило, не виконувалися, а в останні роки практично виконуються в обсягах до 10% від запланованих.

Таким чином, головна мета приватизації не була досягнута. При цьому, що стосується ФР, приватизація не створила умов для нормального функціонування цієї найважливішої сфери економіки. В процесі приватизації не можна забувати про її цілі і тому слід проводити її з широким використанням «некомерційних конкурсів, на яких перевага віддається тим учасникам, які надали журі найбільш обґрунтований інвестиційний проект або бізнес-план» [7].

Необхідно підкреслити, що акціонерна власність не може сформуватися й існувати без участі ФР. Тільки випробування ринком, вільний продаж цінних паперів акціонерного товариства за ринковим курсом на ньому приведе до затвердження істинно акціонерних форм власності й господарювання.

Необхідність акціонерної форми власності й, відповідно, розвиток ФР обумовлюється наступними причинами: по-перше, залученням тимчасово вільних коштів дрібних інвесторів для створення нових, розширення й модернізації діючих виробництв; по-друге, забезпеченням механізму «перетікання» капіталу з малоефективних галузей і підприємств у більше ефективні галузі й виробництва; по-третє, тим, що за допомогою інструментів фондового ринку, у першу чергу акцій, власники капіталу, зацікавлені в його найбільш ефективному використанні, здійснюють контроль за якістю управління приналежних їм підприємств.

Замість вирішення гострих економічних і соціальних проблем основна увага була зосереджена на перерозподілі власності. Це відсунуло на задній план пошук ефективного власника в особі стратегічного інвестора, призупинило реструктуризацію й модернізацію виробництва. Підсилювалися процеси монополізації [2].

Внутрішня приватизація являє собою продаж акцій малого підприємства крупному. Ці операції можуть фінансуватися як за рахунок великої виробничої компанії, так і кредитними організаціями. Перевагою внутрішньої приватизації є відносно низький ступінь ризику в порівнянні з інвестиціями в наукомісткі стартапи. Зовнішня приватизація близька за формою і суттю внутрішньої, однак ступінь ризику тут вище, так як ці

операції здійснюють посередники, які беруть на себе керівництво малим підприємством. Тому вони впливають на ділову та управлінську стратегію венчурної мережі [5].

Це сприяє підвищенню міжнародної конкурентоспроможності країни в цілому завдяки ряду переваг, властивих кластерної формі взаємодії великих, середніх і малих підприємств в усіх напрямках ділових зв'язків. Будучи точками економічного зростання, кластери стають об'єктом великих капіталовкладень, на яких зосереджено увагу уряду і місцевих адміністрацій.

Це, наприклад, підвищення ефективності використання знань і створення нових мереж співпраці усередині кластерів з метою підвищення конкурентоспроможності та освоєння нових ринкових ніш [3].

На жаль, «українська інвестиційно-інноваційна система ще не зовсім дозріла до побудови венчурної моделі бізнесу. Основні причини цього пов'язані з проблемами інвестиційного клімату України, нерозвиненістю ринку капіталу, переважанням низьких технологічних укладів в національній економіці, недосконалістю законодавчої системи в області венчурного інвестування, низькою прозорістю бізнесу, обмеженою кількістю реальних інвестиційно-привабливих та інноваційних пропозицій. Та й самі українські підприємці і інвестори не готові будувати венчурний бізнес європейського зразка. Все це створює завдання національного масштабу щодо підвищення ролі класичного венчурного бізнесу в побудові нової моделі економіки України, заснованої на інвестиційно-інноваційному підході» [6].

В даний час Мінекономрозвитку України починає розробку секторальних і крос-секторальних експортних стратегій. Відповідна ініціатива передбачена в експортну стратегію України, яка є дорожньою картою стратегічного розвитку торгівлі на період 2017–2021 роки та була затверджена урядом 27 грудня 2017 року. Документ визначає стратегічні цілі розвитку торгівлі України на наступні 4 роки. Основною метою експортної стратегії є перехід до експорту наукомісткої інноваційної продукції для сталого розвитку та успіху України на світових ринках. Також в рамках документа був затверджений перелік «ринків у фокусі» для українського експорту, серед яких ринки ЄС і топ-20 ринків інших країн, зокрема, Китай, США, Туреччина, Індія та ін.

Література:

1. Беликова И.П., Сахнюк Т.И. Венчурный бизнес как инновационный сектор малого предпринимательства [Электронный ресурс]. – Режим доступа: https://www.google.com.ua/search? Q = Беликова + и.п.% 0,2 + Сахнюк + т.д. + Венчурный + бизнес + как + инновационный + сектор + малого + предпринимательства & rlz = 1C1CHBD_ruUA77UA777 & oq.
2. Гевель В.В. Трансформація відносин власності як економічна основа розвитку регіонального фондового Сайти Вся в Україні [Електронний ресурс]. – Режим доступа: <dspace.kntu.kr.ua/jspui/bitstream /123456789/2326/1/21.pdf>.
3. Зарубежный опыт государственной поддержки инновационных малых и средних предприятий [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <https://kfpp.ru/analytics/material/innovation.php>.
4. Кирьяка А. Г. Основы инновационного предпринимательства / А.Г.Кирьяка. – Ростов – на – Дону: Феникс, 2002.
5. Мировая экономика и международный бизнес. Экспресс – курс. Второй издание. Учебник / Под ред. В.В. Полякова, Р.К. Щенина. Изд. «Проспект», 2016. – 271 с.
6. Олейников А. Венчурные фонды в Украине: внутрикорпоративная оптимизация или высокотехнологичный прорыв? [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <https://inventure.com.ua/analytics/formula / venchurnyie – fondy – v – Ukraine – vnutri korporativnaya – optimizaciya – ili – vysokotehnologicheskij – proryv – 323700.html>.
7. Рынок прямых и венчурных инвестиций Украины [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <https://hub.Kyivstar.ua/ryinok – pryamyih – i – venchurnyih – investitsiy – ukrainyi>.

СЕКЦІЯ 2. ЕКОНОМІКА ТА УПРАВЛІННЯ ПІДПРИЄМСТВАМИ

Белоус Н. Л.

магістрант факультету управління, адміністрування
та інформаційної діяльності

*Ізмаїльський державний гуманітарний університет
м. Ізмаїл, Одеська область, Україна*

ОСОБЛИВОСТІ ПРОЦЕСУ УПРАВЛІННЯ ПРИБУТКОМ ПРИ РЕАЛІЗАЦІЇ ПІДПРИЄМСТВОМ МОДЕЛІ МАКСИМІЗАЦІЇ ПРИБУТКУ

Прибуток є основним показником діяльності виробничого підприємства. Оцінка прибутку організації цікава для всіх, хто пов'язаний з підприємством різного роду відносинами. Так, керівнику організації оцінка прибутку покаже достатність отриманих грошових коштів, для подальшого фінансування задуманих проектів. Для власників і інвесторів дана інформація допоможе дізнатися про реальний стан справ організації, її здатність фінансувати подальшу діяльність і отримання можливих дивідендів. Така інформація так само буде цікава постачальникам, яким організація оплачує товари, що поставляються й надані послуги, для податкових органів, так як саме від прибутку розраховуються відрахування в бюджет.

Показниками того як ефективно організація здійснює свою виробничу, фінансову та інвестиційну діяльність, є її фінансові результати, а саме прибуток. Саме він забезпечує виробничий і соціальний розвиток організації. Тому так важливо знати методи управління прибутком і грамотно їх застосовувати в діяльності організації [2, с. 264].

Сутність прибутку може бути розглянута з двох точок зору. З точки зору економіки – це перевищення грошових надходжень над грошовими витратами. З господарської точки зору прибуток – це порівняння майнового стану підприємства на кінець і на початок звітної періоду. Таким чином, прибутком виступає додана вартість, що являється підсумком продажів товарів, виконаних робіт і наданих послуг [3, с. 109-113].

В економічній літературі виділяють ряд поведінкових моделей, які обумовлені необхідністю постановки підприємством перед собою певної стратегічної мети.

Відповідно до обраної підприємством моделі поведінки на ринку, проводиться процес планування діяльності та її результатів, а також побудові відповідно до стратегічного плану послідовних управлінських рішень.

Оскільки основною метою діяльності комерційної організації є отримання прибутку і економічної вигоди, вважаємо важливим розглянути особливості планування фінансового результату в рамках моделі максимізації прибутку, яку сучасні підприємства схильні використовувати частіше.

Основною метою зазначеної моделі є збільшення вартості фірми в довгостроковому періоді, яке визначається потоком майбутніх прибутків. Пізніше модель максимізації була розвинена, шляхом включення в неї концепції ризику і концепції поточної вартості майбутніх прибутків.

Підприємство, яке реалізує в своїй діяльності на ринку модель максимізації прибутку, може стикнутися з наступними основними недоліками, які обумовлені специфікою моделі:

1. модель максимізації прибутку не завжди може забезпечити необхідні темпи економічного розвитку фірми;
2. ймовірність високого фінансового ризику, який при погіршенні фінансового стану підприємства може стати джерелом банкрутства;
3. недостовірністю інформації про витрати. Темпи витрат, що забезпечують збільшення продажів товару може істотно перевищувати темпи зростання доходу від його реалізації, що негативно відбивається на показнику норми прибутку, а також ускладнює процес формування фінансових ресурсів для діяльності і розвитку підприємства.

Таким чином, для підприємства, що реалізує модель максимізації прибутку, важливо проводити своєчасну роботу по виявленню недоліків моделі та їх знешкодження.

На нашу думку, заходи по роботі з недоліками моделі необхідно проводити в процесі управління фінансовим результатом. Даний процес включає в себе два основних етапи: планування і розподіл прибутку.

На етапі управління виручкою, при максимізації прибутку важливо розглядати характер її розподілу і використання. Виручка, яка формується в

процесі діяльності підприємства повинна не тільки забезпечувати покриття поточних витрат (матеріальні, виробничі, соціальні) і своєчасну сплату податків, а й служити джерелом формування фондів для розвитку підприємства і створення фінансових резервів.

Урахування ризиків супроводжує підготовку майже всіх управлінських рішень. Особливо важливо розрахувати рівень ризику при реалізації моделі максимізації прибутку, так як збільшення прибутку безпосередньо пов'язане і зі збільшенням ризику.

На думку І. А. Бланка «управління прибутком являє собою систему принципів і методів розробки і реалізації управлінських рішень по всіх основних аспектах її формування, розподілу і використання на підприємстві» [1, с. 25].

І. А. Бланк наводить такі інструменти обліку та оцінки фактора ризику:

- економіко-статистичні розрахунки;
- експертні методи оцінки;
- аналогові методи оцінки, які дозволяють виявити рівень ризику шляхом порівняння, при цьому може бути використаний як власний, так і досвід інших підприємств, зовнішній.

На етапі управління витратами реалізується одна з основних задач підприємства в ринковій економіці – мінімізація витрат (витрат). Даний процес здійснюється шляхом зниження собівартості одиниці продукції.

Важливим інструментом управління витратами є планування. У процесі планування визначають основні чинники, що впливають на обсяг і структуру витрат і виробляють калькуляцію майбутніх витрат. Результати планування витрат вносять в поточний і оперативний план.

Таким чином, при реалізації підприємством поведінкової моделі максимізації прибутку, необхідно оцінити не тільки її переваги, але врахувати і провести роботу з можливими негативними факторами, які можуть здійснити негативний вплив на фінансовий результат діяльності підприємства. Таку роботу необхідно проводити як на стадії планування, так і на стадії розподілу прибутку.

Література:

1. Бланк, И.А. Управление прибылью: учебник / И.А. Бланк. – М.: «Ника-Центр», 2014. – 240 с.
2. Цыгулева М.И. Организационно-методические основы формирования и учета финансовых результатов. – Автореферат дисс.к.э.н. – Оренбург, 2016. – 264 с.
3. Соколов Я.В. Бухгалтерский учет от истоков до наших дней. – М.: ЮНИТИ, 1996. – С. 109-113.

Вітка Н. Є.

кандидат економічних наук,
доцент кафедри економіки та управління підприємством

*Дніпровський національний університет
імені Олеся Гончара*

Вітка О. О.

студентка

*Дніпровський гуманітарний університет
м. Дніпро, Україна*

ТЕОРЕТИКО-МЕТОДОЛОГІЧНІ ПІДХОДИ ДО ВИЗНАЧЕННЯ «ЗОВНІШНЬОЕКОНОМІЧНА ДІЯЛЬНІСТЬ»

Згідно з Законом України «Про зовнішньоекономічну діяльність», зовнішньоекономічною діяльністю є діяльність суб'єктів господарської діяльності України та іноземних суб'єктів господарської діяльності, побудована на взаємовідносинах між ними, як на території України, так і за її межами [4, с. 5].

Під зовнішньоекономічною діяльністю (ЗЕД) розуміють процес реалізації зовнішньоекономічних зв'язків, а саме у торгівлі, спільному підприємстві, наданні послуг, співробітництві. У свою чергу, зовнішньоекономічні зв'язки відображаються у різноманітних формах міжнародного співробітництва держав і їхніх суб'єктів, тобто самоврядні регіони, суб'єкти господарювання та індивідуальні підприємці.

Функції зовнішньоекономічних зв'язків проявляють їх сутність:

1. Організація й обслуговування міжнародного обміну природними ресурсами і результатами праці в їх речовій і вартісній формах. Дана функція полягає в доведенні продуктів у процесі міжнародного поділу праці до конкретних споживачів через обмін продуктів в їх речовій і вартісній формі. Організація обміну також передбачає й обслуговування цього обміну.

2. Міжнародне визнання споживчої вартості продуктів через міжнародний поділ праці: завершення акту товарно-грошових відносин і обміну грошей на продукт, в результаті чого споживча вартість (її практична значимість) набуває міжнародного визнання.

3. Організація міжнародного грошового обігу: створення за допомогою механізму зв'язків необхідних умов для безперервного обігу грошей у процесі здійснення різних міжнародних розрахунків [3, с. 50].

Зовнішньоекономічна діяльність дістає подальшого розвитку, оскільки спостерігається нерівномірність економічного розвитку різних країн світу, відмінності в людських, сировинних, фінансових ресурсах, неоднозначний характер політичних відносин, різний рівень науково-технічного розвитку, різні особливості географічного положення, природних і кліматичних умов.

Результатами розвитку зовнішньоекономічної є:

- подальше поглиблення міжнародного поділу праці;
- інтенсивний і раціональний обмін результатами праці;
- зростання кількості країн з ринковою економікою;
- збільшення та розвиток транснаціональних корпорацій, концернів та інших групувань;
- зміцнення політичних, наукових, технічних, культурних та інших зв'язків;
- збільшення кількості країн з повною конвертованою валютою [1, с. 104].

Зовнішньоекономічна діяльність країн стосується таких рівнів міжнародних економічних відносин:

1. Міжнародні економічні контракти – найпростіші, одноразові, випадкові економічні зв'язки, що носять епізодичний характер. Вони регулюються переважно разовими угодами.

2. Міжнародна економічна взаємодія – добре відпрацьовані стійкі економічні зв'язки між суб'єктами міжнародних економічних відносин, які

ґрунтуються на міжнародних економічних угодах і договорах, укладених на тривалий період часу.

3. Міжнародне економічне співробітництво – міцні та тривалі зв'язки кооперативного типу, які в своєму підґрунті мають спільні, наперед розроблені й узгоджені наміри, закріплені в довгострокових економічних договорах і угодах.

4. Міжнародна економічна інтеграція – найвищий рівень розвитку міжнародних економічних відносин, який характеризується взаємним переплетінням економік різних країн, проведенням узгодженої державної політики, як у взаємних економічних відносинах, так і у відносинах з третіми країнами [3, с. 65].

Кожний вищий рівень не є виокремленою частиною, а розвитком і продовженням попереднього.

Загальними принципами зовнішньоекономічної діяльності є науковість, системність, взаємовигідність.

Науковість ЗЕД означає насамперед розвиток цієї діяльності згідно з об'єктивними економічними законами. Дотримання цього принципу на практиці управління міжнародними діловими операціями припускає передусім виявлення організацією попиту і пропозиції на її продукцію за кордоном, рівня цін, співвідношення їх із витратами в країні-експортері тощо.

Системність зовнішньоекономічної діяльності означає, що між окремими її складниками частинами існують тісні взаємозв'язки. Самі складові ЗЕД можуть бути виокремлені за різними ознаками. Безсумнівно, одним із найбільш важливих є контракт (договір). Виходячи з цієї ознаки, необхідно забезпечувати належний взаємозв'язок між всіма статтями контракту: якістю товару, базисними умовами постачання і вартістю, валютою вартості, валютою розрахунку і формами платежу, термінами постачань і транспортних умов, предметом контракту та арбітражем тощо. Системні взаємозв'язки існують і в період між укладанням і виконанням контрактів.

Принцип системності ЗЕД містить також взаємозв'язок міжнародних операцій даної компанії з міжнародним бізнесом загалом. Оскільки самі по собі операції навіть однієї великої фірми займають у загальному обсязі міжнародного бізнесу незначну частку, то доводиться пристосовуватися до законів цього бізнесу.

Принцип взаємовигідності ЗЕД з першого погляду не має особливих ускладнень і здається очевидним: кожний партнер міжнародних операцій одержує свій дохід (прибуток). Дотримання принципу взаємовигідності потребує ретельного аналізу і врахування, розмежування різноманітних потоків прибутків і витрат.

Класифікація діяльності зовнішньоекономічної діяльності дозволяє визначити ефективність її організації та управління. Загалом, під класифікацією розуміють розподіл на конкретні групи за ознаками для досягнення намічених цілей. Зовнішньоекономічну діяльність можна класифікувати за видами і формами діяльності.

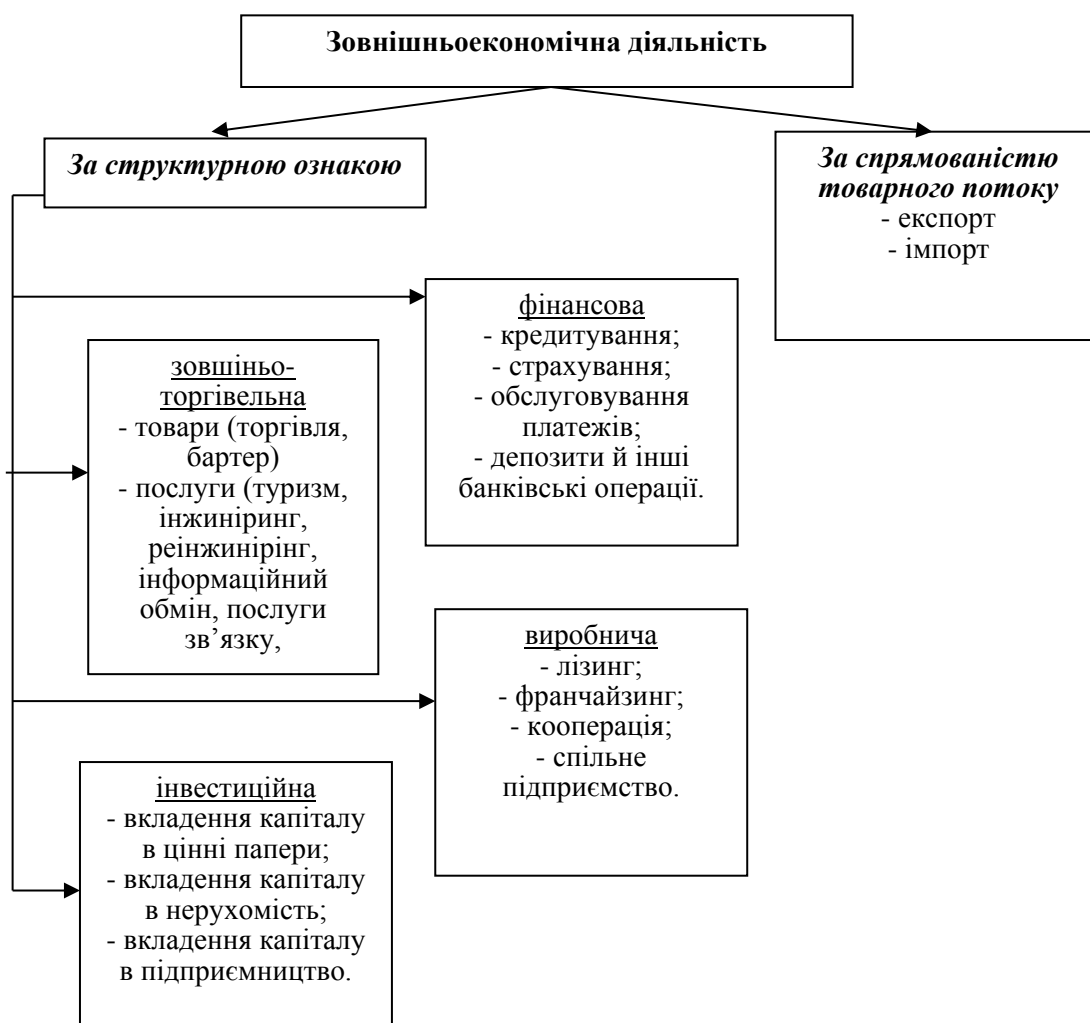


Рис. 1.1. Класифікація зовнішньоекономічної діяльності

Джерело: зроблено автором за даними 2

Існують різноманітні класифікації видів зовнішньоекономічної діяльності. Згідно із статтею 4 Закону України «Про зовнішньоекономічну діяльність» до основних видів ЗЕД можна віднести:

- міжнародну торгівлю;
- міжнародний лізинг;
- використання активів із-за кордону;
- контрактні форми ЗЕД;
- міжнародні інвестиції.

Узагальнена класифікація зовнішньоекономічної діяльності представлена на рис. 1.1.

Зовнішньоекономічна діяльність стимулює структурну перебудову в економіці та сприяє входженню її у світове господарство. Під час проведення зовнішньоекономічної операції здійснюється складний процес руху значної маси грошових коштів, товарних, матеріальних засобів, обіг юридичних документів й інформаційних потоків. Ефективне функціонування зовнішньоекономічної діяльності залежить від багатьох чинників, серед яких чільне місце займає вміння суб'єкта зовнішньоекономічної діяльності враховувати ризик. Спектр ризиків зовнішньоекономічної діяльності різноманітний, однак, виходячи з поділу зовнішньоекономічної діяльності на види, можна стверджувати, що кожен вид зовнішньоекономічної діяльності обтяжений певною структурою ризиків. У процесі своєї зовнішньоекономічної діяльності суб'єкти ЗЕД зіштовхуються з сукупністю різних видів ризиків, які відрізняються за місцем і часом виникнення, множиною внутрішніх і зовнішніх чинників, що впливають на їх рівень, і, відповідно, за способом їх аналізу та методом опису. Ризики ЗЕД взаємопов'язані. Ця обставина ускладнює прийняття раціонального рішення стосовно оптимізації ризику і вимагає поглибленого аналізу структури ризиків, а також причин і чинників їх виникнення.

Література:

1. Вітлінський В. В., Маханець Л. Л. Ризикологія у зовнішньоекономічній діяльності. – К.: КНЕУ. – 2008. – 432 с.
2. Вітлінський В. В. Моделювання економіки. – К.: КНЕУ. – 2003. – 408 с.
3. Вітлінський В. В., Великоіваненко Г. І. Ризикологія в економіці та підприємстві: Моногр. – К.: КНЕУ. – 2004. – 480 с.
4. Закон України «Про зовнішньоекономічну діяльність» від 16.04.1991 № 959-ХІІ.

Грамастик О. П.

магістрант

Метіль Т. К.

викладач кафедри управління

підприємницькою та туристичною діяльністю

Ізмаїльський державний гуманітарний університет

м. Ізмаїл, Одеська область, Україна

МЕТОДИ ФОРМУВАННЯ ЗАРОБІТНОЇ ПЛАТИ, ЩО ЗАБЕЗПЕЧУЄ МОТИВАЦІЮ ПЕРСОНАЛУ

На сьогодні головною проблемою у запровадженні мотивації персоналу на промисловому підприємстві є розробка оптимальних методів мотивування, спрямованих на впровадження найбільш дієвих важелів впливу на персонал, розробку мотивуючих стимулів, які встановлюють зв'язок між оплатою праці працівників й ефективністю їх діяльності, а також спрямовані на задоволення потреб як робочого персоналу, так і керівників підприємства в цілому. Водночас через брак фінансування та необізнаність вищого керівництва та підлеглих, часто на промислових підприємствах неможливо запровадити переважну більшість методів мотивування працівників.

Система мотивування, повинна, бути простою і зрозумілою для працівника, бути гнучкою, давати можливість відразу ж заохочувати кожен позитивний результат роботи. Розміри заохочення повинні бути економічно та психологічно обґрунтовані. Заохочення персоналу важливо організувати за такими показниками, що сприймаються кожним як правильні. Системи заохочень повинні формувати у працівників відчуття справедливості матеріальних винагород і сприяти підвищенню зацікавленості працівників у поліпшенні не тільки індивідуальної роботи, але і роботи в ділових стосунках з іншими співробітниками. Працівники повинні бачити чіткий взаємозв'язок між результатами. Разом з тим, вивчення проблеми мотивації трудової діяльності має як теоретичне, так і пряме практичне значення. Від того, як розуміє той чи інший працівник свою трудову діяльність і якими мотивами він керується, залежить його ставлення до роботи.

Вивчення внутрішніх механізмів мотивації є основою для створення ефективною праці для тих, хто дійсно прагне реалізувати свої здібності та можливості, хто щиро зацікавлений своєю працею і результатами діяльності

підприємства. При побудові систем мотивації керівники повинні враховувати не тільки взаємозв'язок мотивів людини, але і їх мінливу природу. Ці зміни необхідно розуміти та вміти вчасно на них реагувати. Практичне втілення системи мотивації та стимулювання працівників обов'язково відбувається завдяки використанню широкого кола методів: організаційно-виробничих, соціально-економічних, адміністративних, інформаційно-роз'яснювальних, соціально-психологічних, правових [1, с. 88].

Мотиваційний клімат на підприємствах тісно пов'язаний з задоволеністю роботою, що обумовлено багатьма факторами. Найбільш цінною вважається та робота, де працівник відчуває власну необхідність, корисність. Цієї думки більш дотримуються працівники похилого віку. Ті види робіт, де краща організація праці, кращий колектив, більш сприятливі умови праці, є більш привабливими для молодих працівників. Підвищенню професійно-кваліфікаційного рівня перевагу надають працівники старшого віку, причому з досягненнями певної вікової межі ця закономірність починає знижуватись.

В якості важливих факторів мотивації персоналу можна розглянути суб'єктивні чинники вибору професії та рівня кваліфікації, які визначаються рівнем престижності праці. Від невдалої системи стимулювання може постраждати не тільки підприємство, а як відомо з історії розвитку економіки різних держав, ціла економічна система, а це все через елементарне непорозуміння між інтересами виробничого сектора та простого робітника.

На багатьох вітчизняних підприємствах існують досить примітивні системи мотивації, що не призводять до динамічного зростання підприємств унаслідок недовикористання трудового потенціалу працівників. У цій ситуації загальне удосконалення мотивації праці здатне покращити їх становище. Охарактеризуємо класифікацію методів мотивації праці на підприємствах. Організаційно-виробничі методи: створення сприятливих умов для трудової діяльності працівників, сприяють ритмічній роботі, викликають позитивні емоції. Соціально-психологічні методи: створення сприятливого клімату в колективі, знання потреб, інтересів людей та вміння впливати на них. Інформаційно-роз'яснювальні: підвищення рівня інформованості працівників у виробничій та невиробничій сферах. Правові методи: система правил, дотримання яких повинно гарантуватися правовими нормами, що містять відомості про посадову, дозволену, стимулюючу,

заохочувальну чи заборонну поведінку працівників [2, с. 23]. Найпоширенішим і найдієвішим методом підвищення ефективності праці досі залишається виплата грошових винагород у вигляді премій. Винагороди можуть бути розраховані на забезпечення високої якості продукції при обов'язковому зростанні прибутку або на надання різноманітних пільг, що відповідають потребам працівників. Це дає змогу не тільки зацікавити останніх в ефективній праці, а й закріпити в конкретному колективі тих, у чийй праці є потреба. Основні форми та системи оплати праці промислових вітчизняних що відповідають потребам працівників. Це дає змогу не тільки зацікавити останніх в ефективній праці, а й закріпити в конкретному колективі тих, у чийй праці є потреба. Основні форми та системи оплати праці промислових вітчизняних підприємств наведено у рис. 1.

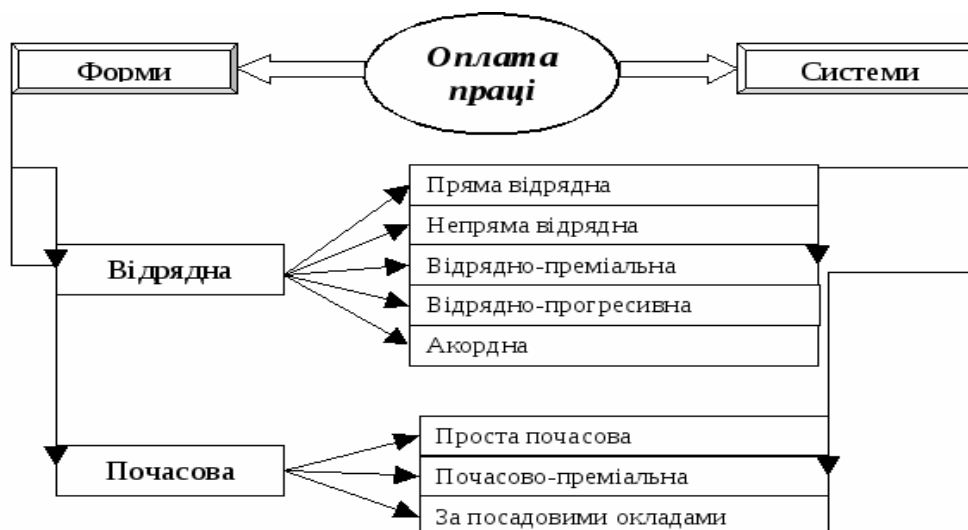


Рис. 1. Основні форми та системи оплати праці

Також, можна визначити, що вітчизняним підприємствам властиве стимулювання праці за такими показниками [3, с. 23]:

- підвищення індивідуальної продуктивності праці, зростання обсягу виконуваних завдань, професійні якості, ініціативність виконавця. Припустимий розмір доплат не повинен перевищувати 60% від посадового окладу;
- підвищення якості продукції і технології торгівлі. Доплати не повинні перевищувати 3% від погодинної тарифної ставки працівника або 20% від його посадового окладу;

– висока індивідуальна продуктивність праці при збереженні якісних показників. Доплата визначається диференційовано залежно від стажу роботи на певному підприємстві;

– зростання прибутків за результатами діяльності підприємства у цілому. Система оплати – це методи визначення заробітної плати для працівників. Система оплати є невід’ємною частиною виробничих відносин і може впливати (позитивно чи негативно) як на ефективність роботи організації, так і на відносини між керівниками і підлеглими. Тому оптимально для підприємства є система, що: ретельно розроблена з урахуванням потреб організації та її працівників; передбачає відповідальність на всіх рівнях серед керівників і співробітників; розроблена, встановлена і підтримується за участі представників працівників.

Гнучкі системи оплати праці засновані на участі працівників у прибутках підприємства. Заробітна плата працівників складається з двох основних частин: постійної та змінної. Постійна частина являє собою базовий оклад працівників, що регламентується запланованим фондом заробітної плати, а змінна частина складається з доплат, розмір яких залежить від загальної ефективності роботи (прибутку) усього підприємства. Відомо, що застосування гнучких систем оплати праці на багатьох підприємствах дозволило значно підвищити продуктивність праці працівників, що сприяло збільшенню прибутку підприємства і, відповідно, заробітної плати працівників. Але внесок кожного окремого працівника в одержання доходів підприємства за певний звітний період часу буде різним. Тому одна з головних задач керівників підприємства полягає в тому, щоб розподілити як запланований, так і додатковий фонди оплати праці між усіма працівниками підприємства відповідно до фактичної ефективності їхньої праці [3, с. 41].

Отже, до основних сучасних тенденцій в сфері оплати праці належать:

– збільшення частки почасової оплати в загальному фонді заробітної плати;
– створення нових моделей заробітної плати, наприклад безтарифної системи оплати, що базується на частковому розподілі зароблених коштів, призначених для винагородження працівника за певними критеріями: кваліфікація та діловитість працівника, коефіцієнт трудової участі як узагальнююча оцінка реального внеску кожного робітника в результати колективної праці;

– міра виконання нормованих завдань;

– кількість відпрацьованих годин.

Література:

1. Занфірова Т.А. Теорія трудових відносин і мотивації праці / Т.А. Занфірова // Економіка та держава. – 2007. – Вип. 11. – С. 86-88.
2. Петраченко Д. Мотивація і стимулювання праці персоналу як інструмент удосконалення діяльності підприємства / Д. Петраченко // Схід. – 2009. – № 9 (100). – С. 23-27
3. Синицька О.І. Мотиваційні механізми управління персоналом підприємств сфери послуг / О.І. Синицька // Академія муніципального управління – К., 2013. – 240 с.

Дрокіна Н. І.

кандидат економічних наук,
доцент кафедр маркетингу

*Державний університет телекомунікацій
м. Київ, Україна*

СУЧАСНІ НАПРЯМИ ТА СТРАТЕГІЇ ІНТЕРНЕТ-МАРКЕТИНГУ

Інтернет повністю змінив стиль ведення бізнесу і значно скоротив затрати фірм. Підприємствам доводиться займатися новим спрямуванням, таким як: інтернет-маркетинг, тобто розробляти нові плани, стратегії, організувати та здійснювати контроль проведених комерційних операцій з метою постійного виявлення сфери сумісних і координованих інтересів компаній і клієнтів, адекватного розвитку відносин з клієнтами на базі Інтернет-технологій та завоювання Інтернет-ринку.

Інтернет-маркетинг сьогодні є одним з найперспективніших напрямів розвитку в Україні. Ця сфера активно розвивається, незважаючи на економічні кризи та різні зовнішні й внутрішні перешкоди. Але незважаючи на її розвиток, Інтернет-маркетинг в Україні розвинений недостатньо.

Більшість науковців, що працюють у даній сфері, не виокремлюють Інтернет-маркетинг у самостійну наукову галузь. Так, І. Успенський визначає інтернет-маркетинг як новий напрям у маркетингу – гіпермаркетинг як теорію та методологію організації маркетингу в гіпермедійному середовищі Інтернет [1, с. 3-4]. М. В. Макарова вважає, що інтернет-маркетинг є складовою загальної маркетингової стратегії фірми,

визначає його як технологію маркетингу за допомогою комп'ютерних систем та мереж і допомагає вирішувати лише ті завдання фірми, які будуть ефективними з точки зору доходів і витрат [2, с. 172-173]. Відсутній єдиний підхід до визначення поняття «Інтернет-маркетинг».

Проаналізувавши різні підходи щодо визначення Інтернет-маркетингу, зазначимо, що учені розходяться в своїх трактуваннях і свої визначення зводять до Інтернет-реклами. У цій ситуації деякі напрями Інтернет-маркетингу залишаються не дослідженими (табл. 1).

Таблиця 1

Визначення Інтернет-маркетингу вченими

Автори праць	Визначення	Характеристика поняття
В. Холмогоров, «Інтернет-маркетинг: короткий курс» [3, с. 14]	Інтернет-маркетинг – це комплекс спеціальних методів, які дають змогу власникам web-ресурсів просунути свій сайт в Інтернеті, розкрутити торгову марку свого підприємства, та за допомогою цього здобути додатковий дохід	дане визначення не дає чіткої і повної інформації про інтернет-маркетинг, оскільки слово «розкрутити», як правило, розуміють по-різному. Визначення акцентоване на інтернет-рекламі, технологіях досліджень і також конкурентній розвідці
В. В. Дік, М. Г. Лужецький, А. Е. Родіонов, «Електронна комерція» [4, с. 221]	Інтернет-маркетинг – це необхідний комплекс заходів з дослідження такого специфічного ринку, яким є мережевий ринок Інтернету, з ефективного просування і продажу товарів (послуг) за допомогою технологій Інтернет-маркетингу	дане визначення є більш повним і дозволяє повноцінно зрозуміти основну сутність сучасного інтернет-маркетингу, оскільки його автори розцінюють інтернет-маркетинг як дослідження інтернет-ринку

Основними перевагами Інтернет-маркетингу вважаються інтерактивність, можливість максимально точного таргетингу, постклік-аналізу, який призводить до максимального підвищення показників ефективності Інтернет-реклами та виконання функцій структурних елементів Інтернет-маркетингу (рис. 1).



Рис. 1. Структура Інтернет-маркетингу [5]

Інтернет-маркетинг передбачає використання стратегій та напрямів традиційного маркетингу прямого відгуку та спеціальних напрямів дослідження, які застосовують до бізнесу Інтернет-простору (рис. 2).

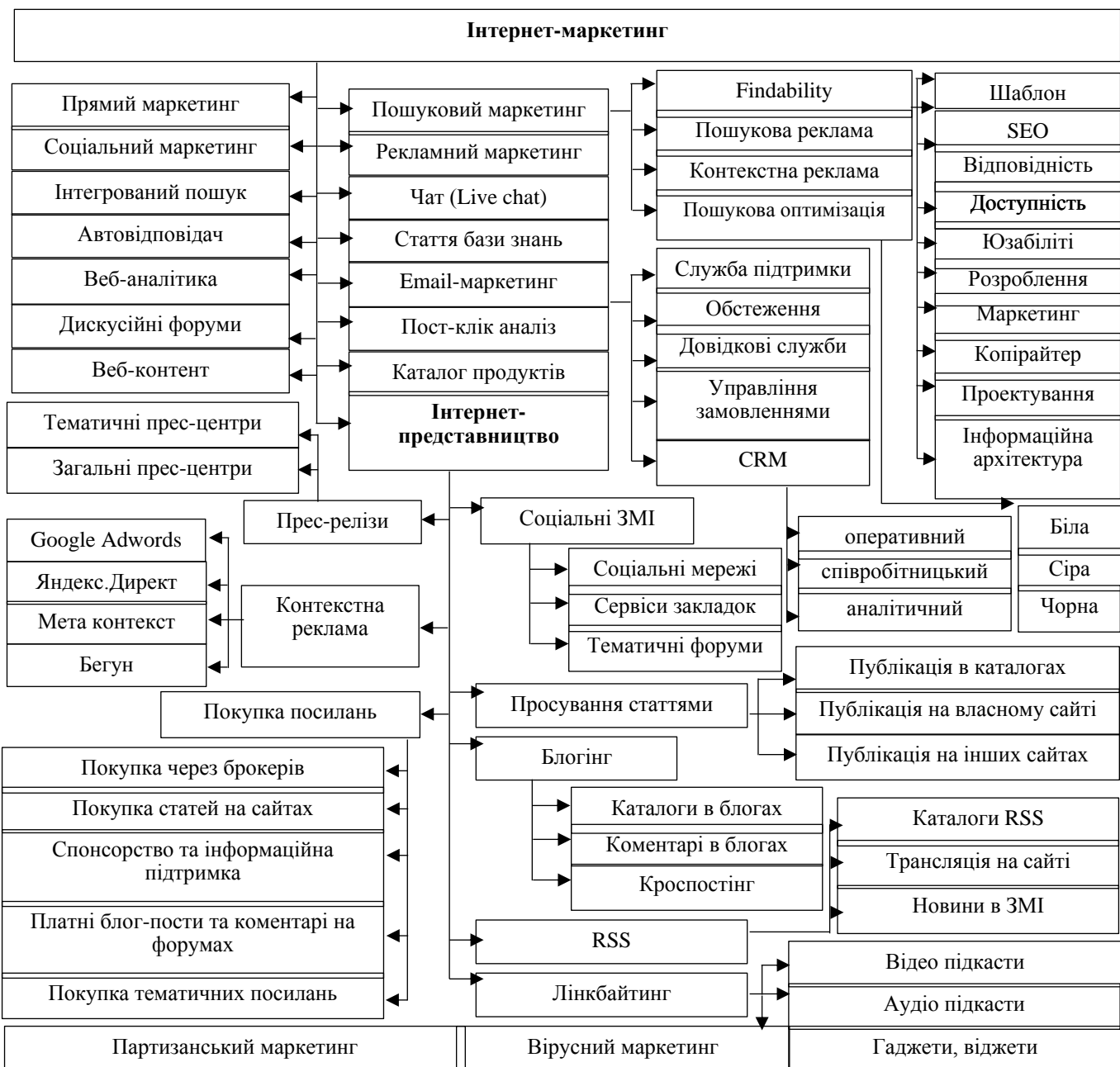


Рис. 2. Основні напрями Інтернет-маркетингу

Видно, що за рахунок залучення користувачів на сайт можуть бути досягнуті наступні цілі Інтернет-маркетингу: збір інформації; зниження витрат на комунікацію з клієнтами; встановлення особистого контакту з потенційним покупцем; збільшення лояльності клієнтів. Кожна з вищевказаних цілей, в свою, чергу, є ознакою типологізації запропонованих маркетингових Інтернет-стратегій [6]. Крім того, можна виділити також сучасні стратегії Інтернет-маркетингу, такі як стратегія комплексного Інтернет-маркетингу, стратегія Інтернет-PR та стратегію використання вірусного маркетингу (табл. 2).

Сучасні стратегії Інтернет-маркетингу

Вид стратегії	Характеристика стратегії
<i>Стратегія 1.</i> Комплексний інтернет-маркетинг	дозволяє найбільш повноцінно та продуктивно використовувати всі можливості web-маркетингу і застосовувати їх у відповідності з загальними стратегіями розвитку бізнесу в мережі. Важливо і те, щоб кожен інструмент веб-маркетингу використовувався виключно професійно. Найкращого результату комплексний підхід досягає, якщо за справу беруться співробітники з універсальними знаннями маркетингу. Завжди можна перекинути фокус просування з одного напрямку на інший.
<i>Стратегія 2.</i> Інтернет-PR	виконує ті ж завдання, що і традиційний «піар» – працює на підвищення впізнаваності бренду і забезпечує «ефект присутності» компанії в інформаційному просторі. Найкращий PR-метод – публікації матеріалів про вашу компанію в авторитетних ЗМІ (і звичайних, і мережевих). Популярні та цікаві статті багаторазово цитуються в Інтернеті: якщо в виданні з багатомільйонною аудиторією читачів мова йде про ваш бренд, його впізнаваність і актуальність підвищується в мережевому просторі в рази.
<i>Стратегія 3.</i> Вірусний або партизанський маркетинг	передбачає створення медіавірусу та його поширення в мережі. Це може бути цікавий відеоролик, Flash-додаток, або інший оригінальний контент. Даний вид рекламного продукту має високу швидкість поширення (звідси порівняння з вірусом): це самий швидкодіючий канал передачі по мережі потрібної інформації.

Абсолютна більшість маркетингових Інтернет-стратегій спрямовані на: збільшення цільового трафіку на сайт; збільшення конверсії клієнтів з сайту і супутніх сайту сторінках. Проектування Інтернет-маркетингу починається з визначення тих комунікацій, які можуть бути перенесені в Інтернет. Для кожного підприємства маркетингова інтернет-стратегія залежить від досяжності цільових груп і можливостей комунікації. Базовим елементом Інтернет-маркетингу підприємства є сайт. В залежності від цілей, які ставить підприємство перед комунікаційною діяльністю в Інтернет, визначаються структура і контент сайту, використовувані на ньому модулі, вимоги до функціональності.

Таким чином, сучасний розвиток Інтернет-маркетингу вимагає осмислення і наукового обґрунтування процесів, що відбуваються у сфері Інтернет-маркетингу, що дасть змогу сформулювати ефективну систему онлайн-управління підприємствами, за допомогою інтерактивних методів здійснювати оперативне маркетингове управління виробничо-комерційною діяльністю, а також вивести українські компанії у світовий бізнес-простір, створюючи їм адекватні умови для результативної ринкової конкуренції.

Література:

1. Успенский И. В. Интернет как инструмент маркетинга / И. В. Успенский. – СПб.: БХВСанкт-Петербург, 1999. – 254 с.
2. Макарова М. В. Электронна комерція: [посіб.] / М. В. Макарова. – К.: Академія, 2002. – 272 с.
3. Холмогоров В. Интернет-маркетинг: [краткий курс] / В. Холмогоров. – [2-е изд.]. – СПб., 2002. – 271 с.
4. Дик В. В. Электронная коммерция / В. В. Дик, М. Г. Лужецкий, А. Э. Родионов. – М.: Московская финансово-промышленная академия, 2005. – 376 с.
5. Успенский И. В. Интернет-маркетинг [Электронный ресурс]: [учеб.] / И. В. Успенский. – Режим доступа: <http://www.aup.ru/books/m80/>.
6. Що таке інтернет-маркетинг – повний огляд для новачків + основні інструменти і стратегії просування [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://itstatti.in.ua/internet-marketing/51-shcho-take-internet-marketing-povnij-oglyad-dlya-novachkiv-osnovni-instrumenti-i-strategiji-prosuvannya.html>.

Епрікян К. А.

студентка факультету управління, адміністрування
та інформаційної діяльності

*Ізмаїльський державний гуманітарний університет
м. Ізмаїл, Одеська область, Україна*

ДЕЯКІ ПІДХОДИ ДО ВИЗНАЧЕННЯ ДЕФІНІЦІЇ «КОНКУРЕНТНОСПРОМОЖНОСТІ»

Розгляд сутності економічного поняття «конкурентоспроможність підприємства» необхідно почитати з пояснення сутності економічної категорії «конкуренція», оскільки вони тісно взаємопов'язані як в етимологічному, так і в логічному сенсі – «конкурентоспроможність» як поняття й як ознака (показник або характеристика об'єкта) виникає та існує тільки у тому разі, якщо присутня конкуренція між виробниками певної продукції (послуги).

У даний час конкуренція – це невід'ємний атрибут ринкової економіки будь-якої розвинутої країни світу. Термін «конкуренція» з лат. *concurrentia* переводиться як змагання, суперництво.

По-перше, конкуренція – це економічне змагання з метою досягнення найкращих результатів у певній діяльності, суперництво товаровиробників за більш вигідні умови господарювання, отримання як можливо найбільшого прибутку.

По-друге, – це невід’ємна, обов’язкова складова ринкового механізму, який забезпечує взаємодію всіх суб’єктів на ринку.

Чим ефективніше функціонує ринок, тим сильніше на ньому проявляється та працює конкуренція.

По-третє, як економічна категорія, конкуренція – це економічна боротьба, суперництво між відокремленими виробниками продукції, робіт, послуг щодо задоволення своїх інтересів, пов’язаних з продажем цієї продукції, виконаних робіт, наданням послуг одним і тим же споживачам [1, с. 12].

З точки зору теоретичних основ самого явища, конкуренція є проявом об’єктивних процесів у господарській діяльності: зниження витрат виробництва або задоволення потреб споживачів. Сама ж боротьба, суперництво при цьому виступає в якості видимої її частини, предмету розгляду в економічних доктринах [2, с. 39].

Конкуренція – економічний процес взаємодії і боротьби товаровиробників за найвигідніші умови виробництва і збуту товарів, за отримання найбільших прибутків. Водночас – механізм стихійного регулювання виробництва в умовах вільних ринкових відносин.

Конкуренція – це суперництво між суб’єктами ринкової економіки за найкращі умови виробництва, вигідну позицію на ринку тощо. Вона є тією ринковою силою, що забезпечує взаємодію попиту і пропозиції, яка урівноважує ринкові ціни.

Економічна конкуренція – змагання між суб’єктами господарювання з метою здобуття завдяки власним досягненням переваг над іншими суб’єктам. Господарювання, внаслідок чого споживачі, суб’єкти господарювання мають можливість вибирати між кількома продавцями, покупцями, а окремий суб’єкт господарювання не може визначати умови обороту товарів на ринку» [3].

На сучасному етапі розвитку економічної науки існує багато підходів до визначення сутності поняття економічного терміну «конкуренція». Розглянемо деякі з них (табл. 1).

**Найбільш поширені наукові підходи до визначення дефініції
«конкуренція»**

Вчений	Визначення поняття «конкуренція»
Азоєв Г. Л.	Здатність ефективно розпоряджатися власними і позиковими ресурсами в умовах конкурентного ринку [4].
Беленький П. Ю.	Узагальнений показник, який відображає дієвість всього комплексу механізмів господарювання, і до дослідження проблем його забезпечення потрібно підходити комплексно з урахуванням усіх факторів і механізмів [5, с. 9].
Макконнел К. Р., Брю С. Л.	Наявність на ринку більшої кількості незалежних покупців і продавців, та можливість для них вільно входити на ринок і залишати його [6, с. 12].
Перцовський Н. І., Спірідонов А. І., Барсуков С. В.	Конкуренція – економічний процес взаємодії, взаємозв'язку і боротьби між виступаючими на ринку підприємствами з метою забезпечення кращих можливостей збуту своєї продукції, задоволення потреб покупців та отримання найбільшого прибутку [7].
Фатхутдінов Р. А.	Змагання господарюючих суб'єктів, коли їхні самостійні дії ефективно обмежують можливість кожного з них односторонньо впливати на загальні умови обігу товарів на відповідному товарному ринку [8, с. 22].
Ярошенко С. П.	Багаторівнева категорія, оскільки передбачає оцінку всіх функціональних сфер діяльності підприємства (виробництва, кадрового потенціалу, фінансів, наукових розробок, маркетингу) [9, с. 37].

Джерело: складено автором на основі власних досліджень

Проведені нами наукові дослідження щодо визначення сутності економічної сутності категорії «конкуренція» дають можливість сформулювати дану дефініцію в наступній інтерпретації: «по-перше, конкуренція – це складний соціально-економічний процес, по-друге – це процес задоволення зростаючих потреб суспільства і окремих суб'єктів ринкових відносин, по-третє – це жорстка боротьба товаровиробників за можливість отримувати прибуток і збереження та розширення свого сегменту ринку.

Література:

1. Фатхутдінов Р.А. Конкурентоспособность: экономика, стратегия, управление. – М.: ИНФРА-М, 2000. – 312 с.
2. Курбацька Л.М., Кадирус І.Г. Методологія визначення конкурентоспроможності потенціалу підприємства. Журнал Економіка АПК № 17-18, 2011. С. 39-42ю
3. Закон України «Про захист економічної конкуренції» від 11.01.2001 р. № 2210-III // Відомості Верховної Ради України. – 2001. – № 12. – Стаття 64. <http://zakon3.rada.gov.ua/laws/show/2210-14>.
4. Азоєв Г.Л. Конкурентные преимущества фирмы / Г.Л. Азоєв, А.П. Челенков. – М.: Новости, 2006. – 267 с.

5. Беленький П.Ю. Дослідження проблем конкурентоспроможності / П.Ю. Беленький // Вісник НАН України. – 2007. – № 5. – С. 9-18.
6. Макконнел К. Р. Економіка: Принципи, проблеми і політика / К.Р. Макконнел, С.Л. Брю // [Пер. з англ.] – У 2 т. – М.: Республіка, 1992. – 400 с.
7. Н.І. Перцовський, І.А.Спірідонов, С.В. Барсукова. Міжнародний маркетинг: Учеб. посібник / За ред. Н.І.Перцовского – М.: Вища школа. – 239 с. <http://rua.pp.ua/suschnost-osnovnyie-ponyatiya-mejdunarodnoy-24797.html>.
8. Фатхутдинов Р.А. Конкурентоспособность организации в условиях кризиса: экономика, маркетинг, менеджмент / Р. А. Фатхутдинов. – М.: Издательско-книготорговый центр «Маркетинг», 2002. – 892 с.
9. Ярошенко С.П. Принципи конкурентоздатності сфери матеріального виробництва / С.П. Ярошенко // Регіональні перспективи. – 1998. – № 1(2). – С. 37-39.

Захарова О. Л.

аспірант економічного факультету

Запорізький національний університет

м. Запоріжжя, Україна

ТЕОРЕТИЧНІ ЗАСАДИ ВАЛЮТНИХ РИЗИКІВ ЗОВНІШНЬОЕКОНОМІЧНОЇ ДІЯЛЬНОСТІ ТА НЕОБХІДНІСТЬ УПРАВЛІННЯ НИМИ

У світі накопичено значний досвід у сфері валютних ризиків та методів управління ними. На загал, ризик виникає у тому випадку, коли майбутнє невідоме або коли фактичні результати відхиляються від очікуваних. Валютний ризик є одним з ринкових ризиків, який може постати перед підприємством, яке здійснює свої операції в декількох країнах, тобто займається експортом або імпортом. Валютний ризик може існувати тоді і тільки тоді, коли фактична зміна вартості валюти відхиляється від очікуваної зміни.

Експортне підприємство підпадає під вплив валютного ризику, коли обсяги її активів або зобов'язань змінюються у зв'язку з непередбачуваною зміною цін в іноземній валюті. Такий дослідник, як Леві (Levi) пояснює, що валютний ризик пов'язаний з мінливістю національних валют через непередбачені зміни валютних курсів, тоді як експозиція в іноземній валюті – це сума, яка знаходиться під ризиком [3, р. 285].

У сучасному фінансовому менеджменті було висунуто декілька теорій, які дещо інакше розглядають валютні ризики.

Так, у 1958 році Френк Модільяні та Мертон Міллер висунули ідею про невідповідність ризиків, у якій зазначили, що вартість фірми не може бути змінена лише за допомогою фінансових операцій. Їх аргументи припускали, що фінансові ринки є «ідеальними» в тому сенсі, що вони є високо конкурентними і що учасники не мають транзакційні, комісійні, договірні, інформаційні витрати у них відсутні податки.

Оскільки, згідно цієї ідеї, фінансові ринки є ідеальними, то корпоративна фінансова політика не має значення. Через рівний доступ до досконалих фінансових ринків фінансові стратегії та стратегії фірми стають невідповідними, тобто, інвестори завжди можуть створювати «домашні» фінансові операції, які є рівнозначними тому, що може створити фірма. Цінність фірми визначається лише очікуваними майбутніми грошовими потоками інвестицій [2, с. 329].

Модільяні та Міллер обґрунтували, що незалежно від того, що фірма може досягти на фінансових ринках, індивідуальний інвестор також може досягти такого ж успіху на тих самих умовах [1, с. 35-37].

Відповідно до моделі ціноутворення на основні активи, розробленої Вільямом Шарпом в 1964 році, у світі з досконалими ринками капіталу фірмам не слід турбуватися про специфічні для них ризики, вони повинні базувати свої інвестиційні рішення лише на ризиках, які є спільними з іншими підприємствами, оскільки всі специфічні ризики диверсифікуються в портфелях інвесторів, і за допущених правил ринку капіталу, ця диверсифікація вважається безнадійною.

Згідно теорії паритету купівельної спроможності, рух за обмінними курсами є лише відповіддю на різницю в змінах цін між країнами. Тому ефект обмінного курсу компенсується зміною цін. Проте обмінний курс не обов'язково змінюється відповідно до інфляційної різниці між двома країнами. Оскільки ідеальний компенсуючий ефект навряд чи буде існувати, конкурентоспроможність фірми може дійсно знаходитися під впливом коливань обмінного курсу.

Підприємства, які діють на міжнародних ринках, повинні оцінити потенційну ступінь впливу, який існує, а потім визначити, яким чином захиститись від нього. Оцінка економічного впливу на свої філії, які

розкидані по різних країнах, ускладнюється через взаємодію грошових потоків, виражених у різних валютах, в межах тих ринків, на яких діє підприємство. Загальний вплив коливань валют на всі дії підприємства на різних ринках є надзвичайно складним.

Оскільки експортні підприємства, які діють на ринках різних країн виходять за рамки своїх традиційних внутрішніх ринків і стають по суті багатонаціональними, вони повинні розробити фінансову систему, здатну керувати транзакціями та ризиками окремих операційних підрозділів та підприємства в цілому.

Те, як фірма займається валютним ризиком, є ключовим елементом фінансової політики. Невиконання керівних принципів управління ризиками, а потім контролю за діяльністю фірми щодо управління ризиками може спричинити фінансові втрати чи навіть руйнування фірми. Керівництво повинне вирішити, чи будуть управлятися валютні ризики, наскільки активно вони будуть управлятися, і чи буде фірма готова приймати спекулятивні позиції для досягнення своїх бізнес- та фінансових цілей. Неспроможність вжити заходів щодо хеджування валютного ризику – це де-факто рішення обрати спекулятивну позицію в іноземній валюті. Проте фірма може вийти далеко за рамки пасивної позиції щодо валютного ризику, оскільки намагається отримати якомога більше вартості операційних грошових потоків.

Основною метою управління валютними ризиками є захист прибутків експортного підприємства від негативного впливу коливань курсу обміну.

Управління валютними ризиками починається з визначення та ідентифікації ринків, на яких працює підприємство та валютних умов, які на цих ринках діють. Стратегія управління валютними ризиками повинна керуватися чітко визначеними цілями. Політика управління ризиками повинна чітко виражати компроміс між ризиком та доходом, цільовим показником ефективності, відповідним періодом часу, кількістю та якістю ресурсів, які фірма бажає взяти на себе у функції управління ризиками.

Література:

1. Управление валютными рисками / А.Е. Глазырин, В.А. Куликов, И.Е. Юдин, П.Ю. Сериков // Наука и технологии. – 2012. – № 3. – С. 34–39.
2. Butler, K. C. (2002). *Multinational Finance*. New Delhi: Vikas Publishing House Pvt. Ltd.
3. Levi, M. D. (2009). *International Finance*. Oxon: Routledge.

Зіновська С. І.
аспірант кафедри управління
фінансово-економічною безпекою і проектами
Запорізький національний університет
м. Запоріжжя, Україна

НАПРЯМИ ПОКРАЩЕННЯ ЕФЕКТИВНОСТІ УПРАВЛІННЯ ПЕРСОНАЛОМ НА ПРОМИСЛОВИХ ПІДПРИЄМСТВАХ

Ефективність розвитку, стабільність функціонування, зростання рівня економічної безпеки, конкурентоспроможності, виробничих потужностей залежить від якості управління наявними на промислових підприємствах ресурсами, а особливо персоналом. Саме персонал, в умовах змінності ринкової кон'юнктури, може забезпечити процвітання всіх напрямів діяльності, стабільність функціонування за умови ефективного управління його діяльністю. Управління діяльністю персоналу є ефективним за умови використання функцій, методів, принципів, стратегії кадрової політики, а також якщо керівництво підприємства використовує вдалі методи впливу на працівників. Використання ефективних методів управління дозволить координувати діяльність персоналу, а також сприятиме стимулюванню їх праці.

Ефективне управління персоналом забезпечить створення сприятливих умов для їх діяльності, розвитку здібностей, можливостей, що вплине на зростання показників виробничої діяльності. Запорукою зростання ефективності управління персоналом є використання адміністративних, соціальних, економічних методів. Особливістю соціальних методів є те, що вони спрямовані на створення належних умов праці, покращення працездатності персоналу, зменшення конфліктів в колективі, забезпечення кар'єрного зростання. Адміністративні методи використовуються для визначення міри відповідальності працівників за порушення умов праці, завдану шкоду підприємству, невиконання співробітниками обов'язків. Економічні методи застосовуються для стимулювання персоналу, що вплине на підвищення їх продуктивності, зростання прибутку підприємства. Отже, на промислових підприємствах для покращення управління персоналом слід використовувати методи, що сприятиме результативній роботі працівників та вплине на фінансовий стан підприємства.

На сьогоднішній день проблемам підвищення ефективності управління персоналом, визначення ролі трудових ресурсів присвячені роботи багатьох

науковців, а саме: Анпілогова Ж. Д. [1], Беззубко Б. І., Уразов П. І. [2], Дідур К. М. [3], Шахно А. Ю., Лашкун Г. А., Голобородько Б. Ю. [4].

У роботі Дідур К. М. [3] було досліджено сутність поняття управління персоналом та запропоновано напрями підвищення ефективності управління персоналом, серед яких: покращення структури управління, визначення функцій керівництва; створення нормальних умов праці, обладнання робочих місць необхідною технікою; надання соціального захисту для працівників; корегування стратегії розвитку підприємства; покращення системи матеріального стимулювання, підвищення рівня заробітної плати, створення творчої атмосфери, залучення працівників до прийняття рішень; покращення інформаційного забезпечення працівників, керівництва; постійне навчання персоналу; прийняття ефективних рішень та покращення системи відбору кадрів; координація діяльності персоналу. Також було визначено принципи ефективного управління персоналом: дослідження діяльності персоналу, врахування їх інтересів; управління на всіх рівнях діяльності підприємства; якість роботи, продукції, обслуговування, сервісу; взаємини персоналу; раціоналізація використання ресурсів та максимізація прибутку; постійне підвищення кваліфікації. В цілому, для кожного промислового підприємства вибір напрямів підвищення ефективності управління персоналом є індивідуальним та залежить від особливостей діяльності, існуючої системи управління.

Беззубко Б. І., Уразов П. І. [2] визначили напрями підвищення ефективності використання трудових ресурсів, а саме: визначення основних завдань організації; організація навчання персоналу; визначити рівень кваліфікації працівників та можливість виконувати надану роботу; визначити недоліки виконаної роботи працівників; аналіз причин плинності кадрів на підприємстві; дослідження атмосфери в колективі; вжиття заходів щодо подолання конфліктів; використання методів мотивації. Авторами було розглянуто систему управління трудовими ресурсами та її використання дозволить досягти наступних результатів: підвищення кваліфікації працівників, керівників; використання системи морального та матеріального стимулювання; зростання ефективності роботи підприємства; забезпечення підприємства необхідними кваліфікованими кадрами; розробка принципів взаємодії між керівництвом та працівниками; зростання продуктивності праці; формування інформаційних даних щодо ефективності діяльності персоналу. Підвищення ефективності управління трудовими ресурсами

сприятиме зростанню продуктивності праці та в результаті потужностей підприємства.

Авторами Шахно А. Ю., Лашкун Г. А., Голобородько Б. Ю. [4] було удосконалено механізм підвищення ефективності трудових ресурсів, який складається зі складових: основні принципи та завдання механізму; визначення стратегії управління персоналом; блоки механізму (законодавчий, фінансовий, освітній, соціальний, демографічний); механізм управління (визначення місії, необхідності управління персоналом, основні цілі підприємства, завдання, методи мотивації, використання інновацій в управлінні); процес управління персоналом (визначення принципів, функцій, методів, завдань управління); здійснення оцінки ефективності роботи персоналу; формування напрямів підвищення ефективності роботи (зростання рівня мотивації, спрямованість персоналу на впровадження інновацій, покращення рівня освіти, якість відбору та прийняття на роботу, скорочення затрат робочого часу); розробка програми підвищення ефективності управління персоналом. В свою чергу, варто відзначити, що серед основних напрямів підвищення ефективності роботи персоналу було виділено: оптимізація роботи персоналу; збільшення кількості працівників з вищою освітою; підготовка та перепідготовка працівників; створення безпечних умов праці; підвищення заробітної плати; автоматизація виробництва.

Анпілогова Ж. Д. [1] також виокремила напрями покращення ефективності використання персоналу: фінансування кваліфікованих спеціалістів, обмін досвідом з іноземними країнами; створення нових робочих місць; підвищення зайнятості населення; створення умов для праці та розвитку працівників; скорочення випадків звільнення працівників; зростання витрат на розвиток працівників; створення умов для працевлаштування за кордоном; налагодження співпраці з підприємствами; підвищення рівня заробітної плати; проведення курсів по підвищенню кваліфікації; соціальний захист працівників; стимулювання розвитку підприємств. Отже, передумовою підвищення ефективності використання персоналу є використання сучасних методів управління, створення безпечних умов праці, нових робочих місць.

Серед основних напрямів покращення ефективності управління персоналом слід виділити: розробка та впровадження системи управління персоналом; контроль керівництва за роботою працівників; коригування діяльності працівників; матеріальне стимулювання та зацікавленість в

кінцевих результатах роботи; відповідальність за неякісне виконання поставлених завдань; інформатизація працівників; залучення персоналу до реалізації інноваційних проектів; раціональний розподіл обов'язків; використання методів управління; стимулювання діяльності; підтримка зворотного зв'язку між керівництвом та працівниками; підвищення рівня професійної підготовки; усунення конфліктних ситуацій та створення сприятливої атмосфери в колективі.

Отже, використання напрямів покращення ефективності управління персоналом на промислових підприємствах забезпечить раціональне використання трудових ресурсів, скороченню витрат на виробництво продукції, зростання продуктивності праці працівників, покращення умов праці, розробку напрямів розвитку працівників, просування по службі. Результатом використання даних напрямів є злагодженість роботи керівництва з працівниками, раціональне прийняття рішень, розвиток підприємства завдяки продуктивній роботі персоналу.

Література:

1. Анпілогова Ж.Д. Поняття трудових ресурсів та напрями підвищення ефективності їх використання [Електронний ресурс] / Ж.Д. Анпілогова // Проблеми підвищення ефективності інфраструктури. – 2011. – № 31. – Режим доступу: <http://jrnl.nau.edu.ua/index.php/PPEI/article/view/339/328>.
2. Беззубко Б.І., Уразов П.І. Напрями підвищення ефективності використання трудових ресурсів підприємства (на прикладі ТОВ «УКРЕНЕРГОБУД», м. Курахово) / Б.І. Беззубко, П.І. Уразов // Збірник наукових праць ДонНАБА. – 2017. – № 3(8). – С. 19-14.
3. Дідур К.М. Шляхи підвищення ефективності системи управління персоналом в аграрних підприємствах / К.М. Дідур // Вісник Дніпропетровського державного аграрно-економічного університету. – 2015. – № 1(35). – С. 125-129.
4. Шахно А.Ю., Лашкун Г.А., Голобородько Б.Ю. Основні напрями підвищення ефективності праці трудових ресурсів підприємства / А.Ю. Шахно, Г.А. Лашкун, Б.Ю. Голобородько // Економічний аналіз: збірник наукових праць. – Тернопіль: Видавничо-поліграфічний центр Тернопільського національного економічного університету «Економічна думка», 2014. – Том 15. – № 3. – С. 237-245.

Іжевський П. Г.

кандидат економічних наук, доцент,
докторант кафедри менеджменту,
адміністрування та готельно-ресторанної справи,
Хмельницький національний університет
м. Хмельницький, Україна

МОДЕЛІ ВІДНОСИН ПІДПРИЄМСТВА ЗА ІНТЕРЕСАМИ В ІНТЕГРОВАНІХ БІЗНЕС-СИСТЕМАХ

В плані мережевої взаємодії підприємств дослідження відносини між підприємствами, які працюють в єдиному економічному просторі, важливі для їх функціонування та розвитку. Ставка на внутрішні ресурси підприємства не працює в сучасних економічних реаліях, а моделювання відносин з широким колом зацікавлених сторін постає важливим елементом ведення бізнесу. Орієнтовані на розвиток підприємства приділяють значну увагу управлінню відносинами із зацікавленими сторонами, основними проблемами ефективності якого постають їх формування, збереження та розвиток. Вирішення перерахованих проблем має зайняти належне місце в процесі розробки бізнес-моделей мережевої взаємодії в функціонуванні сучасних інтегрованих бізнес-систем та забезпеченні ефективності виконання бізнес-процесів.

В економічній науці термін «відносини» в контексті дослідження сутності взаємовідносин між організаціями вперше застосований Б. Джексоном [1, с. 125]. Сьогодні налагодження взаємовигідних відносин між окремими підприємствами слугують базисом для їх функціонування та розвитку.

Як зазначає В. Данаак [2, с. 54], співпраця між економічними суб'єктами породжує різні види відносин, серед яких найбільш поширені відносини між:

- підприємством і клієнтом;
- підприємством з іншим підприємством;
- підприємством з іншими державними та недержавними інститутами (банками, фондами, страховими компаніями, державними установами).

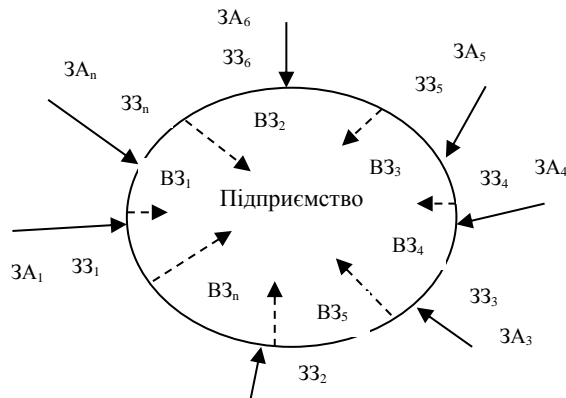
Серед них найбільш цікавими для дослідження мережевої взаємодії будуть міжорганізаційні відносини між підприємствами. На думку А. Верра, Дж. Блумберга та Дж. Лювштедт [3] їх можна об'єднати в такі групи:

- вертикальні відносини, що включають постачальників, посередників та клієнтів;
- горизонтальні відносини, сформовані на основі конкурентів, кооператорів та різного роду асоціаціях та підприємницьких мережах;
- відносини в жорстких інтеграційних структурах, засновані на ієрархії між материнською компанією та її дочірніми підприємствами»;
- особисті відносини, що залишаються поза економічними інтересами, між власниками або керівниками підприємств;
- відносини з експертами та бізнес-консультантами.

Формування міжорганізаційних відносин за дослідженнями Т. Паверса та В. Рейгана [4] проходять такі етапи – відбір партнерів, визначення цілей та обмежень, створення цінності та підтримка співпраці на належному рівні. Зовсім інша позиція в М. Софнея та Дж. Забіна [5], які розглядають формування таких відносин з точки зору менеджменту підприємств, спрямованого на ефективність та розвиток бізнесу. Тут відносини розглядаються в ролі активів, які за належного управління можна використати для досягнення ефективних результатів діяльності підприємства за умови дотримання принципів системності, чіткого визначення власних цілей та стратегій в управлінні відносинами.

Середовище підприємства можна визначити як сукупність об'єктів, які чинять прямий або опосередкований вплив на нього, проте не належать до його структури. В сучасних умовах, успішність функціонування підприємств залежать від зовнішнього середовища, що накладає відбиток на пошук нових моделей управління відносинами підприємства. В теорії управління відомі два підходи для побудови відносин між підприємством та його середовищем – традиційний та динамічний [6, с. 25].

Традиційний підхід формує просту модель відносин, що ототожнює підприємство з його власниками які, відповідно, чинять на його діяльність домінуючий вплив. З такої позиції, інтереси власників полягають в максимізації прибутку підприємства. Решта відносин підприємства (з іншими суб'єктами) переважно віддається на відкуп ринковим транзакціям на договірних засадах. Таку модель монолітної структури організації формують вище згадані типи відносин, а саме підприємство безпосередньо має чітко окреслені межі та виступає джерелом доходу за рахунок ефективного відбору та розподілу ресурсів (рис. 1).

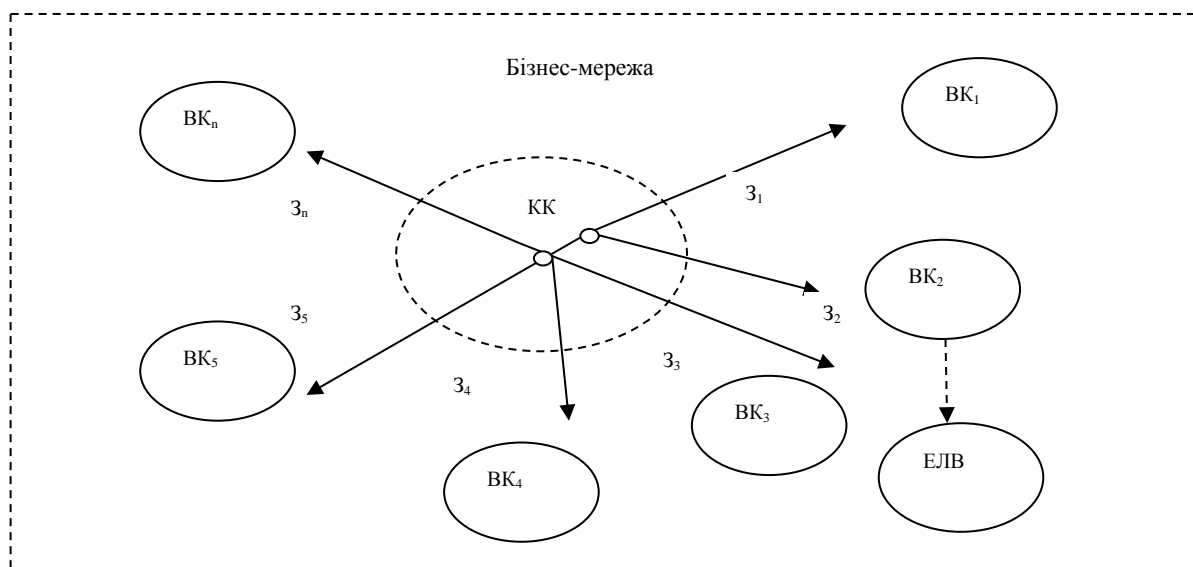


Де: BZ₁, BZ₂, ... BZ_n – внутрішні центроорієнтовані зв'язки підприємства;
 ZA₁, ZA₂, ... ZA_n – залучені зацікавлені зовнішні сторони (актори);
 33₁, 33₂, ... 33_n – зв'язки залучених сторін (акторів) з підприємством, як центром

3A₂
**Рис.1. Модель відносин підприємства за інтересами згідно
 «традиційного» підходу**

Відображені на рисунку відносини підприємства обмежені двоспрямованістю. В умовах, коли внутрішнє та зовнішнє середовище організації вирізняються низькою динамічністю, формується тимчасова статична система внутрішніх та міжорганізаційних зв'язків (із включенням постачальників та клієнтів), які на короткотривалий період забезпечують безперервність і узгодженість бізнес-процесів підприємства. З іншого боку, основний зміст таких відносин полягає в односторонньому використанні зовнішніх зацікавлених сторін в плані постачання матеріальних, фінансових, та людських ресурсів з метою узгодженості внутрішньої стратегії підприємства. Тобто, такі відносини відображають центричний характер, де в центрі стоїть монолітна підприємницька організаційна структура, що чітко відокремлена від зацікавлених сторін із свого зовнішнього середовища.

Інший підхід, що формує сучасну модель «зацікавлених сторін», базується на розширенні впливу середовища на цілі та економічну діяльність підприємства. Суть такої моделі реалізується у подвійній відповідальності – перед власниками та іншими суб'єктами середовища функціонування підприємства. Згідно такого динамічного підходу модель організації відносин за інтересами суттєво відрізняється від попередньої (рис. 2)



Де: КК – концентрація компетенцій; Z_1, Z_2, \dots, Z_n – зв'язки між агентами мережі; BK_1, BK_2, \dots, BK_n – носії відносин компетенцій (актори мережі); ЕЛВ – елементи ланцюжка вартості (бізнес-процеси мережі)

Рис. 2. Модель відносин підприємства за інтересами згідно динамічного підходу

Необхідно звернути увагу, що цілі інших суб'єктів не завжди співпадатимуть із цілями самого підприємства, а подекуди будуть протилежними. Незважаючи на це, інші суб'єкти чинитимуть суттєвий вплив на функціонування підприємства, а тому побудова відносин з ними виключно на фінансових засадах не завжди приведе до успішної діяльності (а в окремих випадках призведе до негативних наслідків).

В динамічній моделі відбувається переорієнтація відносин від центричних (спрямованих в середину підприємства) до відносин, орієнтованих на зовнішнє середовище. Зміна вектору відносин сприяє переорієнтації в обміні від матеріальних до нематеріальних активів, а також зміні класичних ієрархічних організаційних структур (за рахунок часткової заміни вертикальних зв'язків на горизонтальні) на більш гнучкі та динамічні бізнес-мережі. Динамічна модель відносин підприємства за інтересами, орієнтована на мережу, передбачає постійну можливість розширення структури. Проте, в такій моделі (для забезпечення від процесів дезінтеграції та підвищення зацікавленості сторін) постійно потрібно сприяти динамічному нарощенню ключових компетенцій за рахунок існуючих та нових учасників.

Література:

1. Jackson B.B. Winning and Keeping Industrial Customers: The Dynamics of Customer Relationships / B.B. Jackson. – Lexington: Lexington Books, 1985. – 125 p.
2. Danielak W. Kształtowanie kapitału relacyjnego w małym i średnim przedsiębiorstwie / W. Danielak. – Wrocław: Wyd. UE we Wrocławiu, 2012 – 286 s.
3. Werr A. Gaining External Knowledge – Boundaries in Managers' Knowledge Relations / A.Werr, J. Blomberg, J. Löwstedt // Journal of Knowledge Management. – 2009. – Vol. 13. – № 6. – P. 448-463.
4. Powers T.L. Factors Influencing Successful Buyer-seller Relationship / T.L. Powers, W.R. Reagan // Journal of Business Research. –2007. – Vol. 60. – № 2. – P. 1234-1242.
5. Sawhney M. Managing and Measuring Relational Equity in the Network Economy / M. Sawhney, J. Zabin // Journal Academy of Marketing Science. – 2002. – Vol. 30. – № 4. – P. 313-332.
6. Freeman R.E. Strategic Management. A Stakeholder Approach / R.E. Freeman. – New York: Cambridge University Press, 2010. – 292 p.

Лозиченко О. М.
аспірант кафедри управління
фінансово-економічною безпекою і проектами
Запорізький національний університет
м. Запоріжжя, Україна

НЕОБХІДНІСТЬ ВИКОРИСТАННЯ ІНФОРМАЦІЙНОГО ЗАБЕЗПЕЧЕННЯ В УПРАВЛІННІ ДІЯЛЬНІСТЮ НА ПРОМИСЛОВИХ ПІДПРИЄМСТВАХ

На промислових підприємствах сформувалися тенденції щодо поступового погіршення результатів діяльності, втрати ринків збуту продукції, зниження рівня конкурентоспроможності та виникнення фінансової кризи. Це обумовлено негативним впливом значної кількості факторів, а також неефективністю управлінської діяльності на підприємстві та низьким рівнем інформаційного забезпечення. Інформаційне забезпечення є важливим інструментом успішного розвитку підприємства, оскільки забезпечує всі структурні підрозділи інформацією, гарантує її обробку,

передачу даних до керівництва, сприяє здійсненню управлінських процедур, підвищенню ефективності діяльності.

Питання використання інформаційного забезпечення на підприємствах проаналізовано в працях багатьох вчених: Бельтюков Є. А., Задорожко Г. І. [1], Боженко О. М. [2], Вольська О. М., Миколайчук Н. С. [3], Денисенко М. П., Колос І. В. [4], Козуб В. О. [5], Старенька О. М. [6], Терехов Д. С. [7].

Передумовою успішного розвитку підприємства, адаптації до ринкового середовища є використання інформаційного забезпечення основних напрямів діяльності, що сприятиме оперативному використанню, опрацюванню, поширенню інформаційних даних. В умовах сьогодення, на підприємстві більшість структурних підрозділів передають інформацію до вищого керівництва, яка є неперевіреною і тому керівництво приймає нераціональні управлінські рішення та що позначається на фінансових результатах діяльності. Тому в процесі управління діяльністю підприємства вагому роль відіграє інформація та її відсутність може призвести до негативних наслідків.

Так, Старенька О. М. [6] стверджувала, що інформаційне забезпечення займає вагомe значення в управлінні підприємством та спрямоване на: покращення процесу обробки, поширення інформації; врахування змін законодавства при поширенні інформації; прискорення процесу обробки інформації; забезпечення доступності до інформації для працівників; поширення інформації відповідно до встановлених термінів; скорочення ризиків поширення недостовірної інформації. Автором було запропоновано службу оперативного управління в інформаційному забезпеченні, яка гарантує: контроль за результатами діяльності підприємства; скорочення витрат на обробку інформації; доступність до інформаційних даних; раціональний розподіл обов'язків між управлінським персоналом; достовірність та правдивість інформації; прозорість даних. Використання інформаційного забезпечення на підприємствах забезпечить позитивний ефект.

Денисенко М. П. та Колос І. В. [4] розглянули складові інформаційного забезпечення: інформаційні технології; інформаційні ресурси; програмне забезпечення. Особливістю інформаційного забезпечення є підвищення ефективності управлінської діяльності. Також інформаційне забезпечення спрямоване на створення ефективної інформаційної системи, прийняття раціональних управлінських рішень, забезпечення інформацією керівництва. Інформаційні ресурси можуть бути використані для задоволення потреб

користувачів, прийняття рішень. Використання інформаційних технологій забезпечує достовірне введення даних, збирання, обробку, передачу інформації до користувачів. Щодо програмного забезпечення, то це: системні, прикладні, спеціальні програмні засоби, технічна документація. Тобто, інформаційне забезпечення є необхідним для обробки, пошуку, збереження, передачі даних для користувачів з метою подальшого коригування управління діяльністю підприємства.

Бельтюков Є. А., Задорожко Г. І. [1] дослідили використання системи інформаційного забезпечення, інформаційних технологій для підвищення рівня конкурентної боротьби, налагодження виробництва, раціонального використання ресурсів, контролю за витратами. Також було розглянуто систему управління, яка повинна охоплювати управління витратами, продажами, фінансами, постачанням сировини, сервісним обслуговуванням, використанням технологій. Ефективність функціонування системи управління залежить від використання інформації, обробки даних. Інформаційна система дозволяє організувати збір, обробку, зберігання даних, налагодити злагодженість роботи працівників, підвищити конкурентоспроможність.

Терехов Д. С. [7] запропонував модель інформаційного забезпечення бізнес-процесів підприємства, яка складається з елементів: законодавчі акти; постанови; технологічні стандарти; плановий підрозділ підприємства; маркетинговий підрозділ; бухгалтерський підрозділ; технічний підрозділ; структурні підрозділи; управління персоналом, технологіями, інформаційними ресурсами, фінансовими ресурсами; дослідження ринку; виробництво продукції; забезпечення виробництва технологією; обслуговування клієнтів. Інформаційне забезпечення може бути ефективним за умови налагодження системи управління діяльністю підприємства та забезпечує досягнення поставлених цілей, використання інформаційних ресурсів, створення робочих місць для робітників.

В роботі Козуб В. О. [5] було розглянуто інформаційне забезпечення як елемент інформаційної системи, спосіб подання інформації, яка складається з програмного забезпечення, технологій. В свою чергу, інформаційна система передбачає використання технологій, коригування відносин, які виникають в процесі використання інформаційних ресурсів. В дослідженні відзначено, що під час передачі інформації на підприємстві виникають

наступні зв'язки: виробничий відділ; плановий відділ; постановка цілей; прийняття рішень; розробка плану; менеджери. Автором запропоновано механізм формування інформаційного забезпечення: інструментарій (надання державної підтримки, звітність, міжнародні бази даних); елементи (конкуренти, попит споживачів, технології, інфраструктура).

Таким чином, за результатами проведено дослідження слід зазначити, що інформація є важливим ресурсом для підприємства. Використання інформаційного забезпечення, інформаційних технологій дозволить покращити управління діяльністю на промислових підприємствах, підвищити рівень конкурентоспроможності, забезпечити адаптацію до змін ринкової кон'юнктури, здійснити аналіз даних та прийняти виважені управлінські, стратегічні рішення.

Тому, достовірність інформації, покращення ефективності інформаційного забезпечення гарантуватиме на промислових підприємствах стабілізацію фінансового стану, підвищення показників діяльності, відновлення економічної стабільності. Вище означене підтверджує необхідність використання інформаційного забезпечення на промислових підприємствах для управління їх діяльністю в умовах змінності ринкової кон'юнктури, що гарантуватиме економічне зростання в довгостроковому періоді.

Література:

1. Бельтюков Є.А., Задорожко Г.І. Основні шляхи вдосконалення системи інформаційного забезпечення конкурентоспроможності промислового підприємства / Є.А. Бельтюков, Г.І. Задорожко // Економіка: реалії часу. – 2013. – № 2(7). – С. 228-234.
2. Боженко О.М. Інформаційне забезпечення управління потенціалом підприємства [Електронний ресурс] / О.М. Боженко // Наукові записки. – 2016. – № 2(53). – С. 189-197. – Режим доступу: <http://nz.uad.lviv.ua/en/articles/information-support-of-management-of-enterprise-potential/>.
3. Вольська О.М., Миколайчук Н.С. Інформаційне забезпечення як інструмент прогнозування та планування переходу до сталого розвитку підприємства [Електронний ресурс] / О.М. Вольська, Н.С. Миколайчук // Економічні інновації: збірник наукових праць. – 2013. – Вип. 54. – С. 34-42. – Режим доступу: <http://dspace.nbuiv.gov.ua/handle/123456789/72170>.
4. Денисенко М.П., Колос І.В. Інформаційне забезпечення ефективного управління підприємством / М.П. Денисенко, І.В. Колос // Економіка та держава. – 2006. – № 7. – С. 19-24.

5. Козуб В.О. Формування інформаційного забезпечення зовнішньоекономічної діяльності підприємства / В.О. Козуб // Економічна стратегія і перспективи розвитку сфери торгівлі та послуг: зб. наук. пр. – Харків: ХДУХТ, 2018. – Вип. 1 (27). – С. 121-132.
6. Старенька О.М. Інформаційне забезпечення системи оперативного управління промислових підприємств [Електронний ресурс] / О.М. Старенька // Вісник Донецького національного університету економіки і торгівлі ім. Михайла Туган-Барановського. Економічні науки. – 2013. – № 3(59). – С. 38-45. – Режим доступу: http://www.irbis-nbuv.gov.ua/cgi-bin/irbis_nbuv/cgiirbis_64.exe?I21DBN=LINK&P21DBN=UJRN&Z21ID=&S21REF=10&S21CNR=20&S21STN=1&S21FMT=A SP_meta&C21COM=S&2_S21P03=FILA=&2_S21STR=vduete_2013_3_7.
7. Терехов Д.С. Удосконалення інформаційного забезпечення управління машинобудівним підприємством на основі процесного підходу / Д.С. Терехов // Економічний часопис-XXI. – 2012. – № 11-12(1). – С. 48-51.

Поляков П. А.

аспірант кафедри фінансів
та інноваційного менеджменту

*Вінницький національний технічний університет
м. Вінниця, Україна*

ДІАГНОСТИКА РІВНЯ ЕКОНОМІЧНОЇ БЕЗПЕКИ ПРОМИСЛОВИХ ПІДПРИЄМСТВ

Економічна безпека є характеристикою (сукупністю ознак), суть якої полягає у можливості незалежного, стабільного та стійкого розвитку економіки держави, регіону, підприємства, а також можливості уникати та протидіяти внутрішнім та зовнішнім загрозам як економічного, так і неекономічного характеру. Внутрішнім змістом поняття «економічна безпека» є модель, що спрямована на створення умов для безперервного пристосування господарської діяльності або економічного функціонування до мінливих умов досягнення поставленої мети як у рамках держави, так і в рамках її регіонів та господарюючих суб'єктів. Ця модель включає можливості здійснення діяльності в рамках існуючих моделей всіх видів економічної безпеки. Коло суб'єктів економічної безпеки включає не лише

державу, регіони, а й підприємство і особу, які здійснюють самостійну діяльність і забезпечують власну економічну безпеку [1, с. 25-26].

Вагомість проведення діагностики економічної безпеки підприємства з метою визначення основних напрямів його подальшого ефективного інноваційного розвитку є очевидною для підприємств промислового сектору України, зокрема металургійної галузі. Адже наявність прибутку та навіть високо рівня рентабельності нерідко супроводжується доволі низьким рівнем стратегічної безпеки суб'єктів господарювання, обумовленим, насамперед, низьким рівнем конкурентоспроможності та техніко-технологічного потенціалу, високим рівнем залежності від факторів зовнішньої середовища, недостатністю або взагалі відсутністю інновацій в управлінській та виробничій діяльності. Економічна безпека підприємства як здатність його до самовиживання та розвитку у жорстких конкурентних умовах ринкової економіки досягається при найбільш ефективному використанні корпоративних ресурсів суб'єкта господарювання, а також відповідності його стратегії основним тенденціям макросередовища [2, с. 36].

Діагностування економічної безпеки підприємства варто виконувати у такій послідовності:

1. Обґрунтування концепції діагностики.
2. Виявлення внутрішніх і зовнішніх факторів, що визначають економічну безпеку підприємства в розрізі кожної з функціональних складових.
3. Оцінка ступеня впливу факторів на рівень економічної безпеки підприємства.
4. Розробка системи показників аналізу рівня економічної безпеки за функціональними складовими.
5. Розрахунок узагальнених показників економічної безпеки для кожної з функціональних складових.
6. Аналіз загроз зовнішнього та внутрішнього середовища підприємства.
7. Оцінка рівня економічної безпеки підприємства.
8. Ухвалення управлінських рішень щодо комплексного забезпечення економічної безпеки підприємства [3, с. 405].

Принципи управління визначають основні правила управлінської діяльності, які повинні виконуватися суб'єктами управління. Під методами регулювання економічної безпеки розуміються способи впливу суб'єктів

управління на об'єкти управління, основними серед яких є: правові, адміністративні, економічні. При управлінні економічною безпекою підприємства використовуються наступні інструменти: законодавче та нормативно-правове забезпечення у сфері національної безпеки, державного та регіонального економічного управління; державне замовлення; соціальні норми і нормативи; критичні порогові значення економічних показників; державні дотації, субсидії, податкові пільги. Під способами регулювання розуміється дія або система дій, яка використовується для виконання забезпечення економічної безпеки [4].

Різноманітність трактування «економічної безпеки підприємства» дає змогу розглядати її з точки зору стану: ефективності використання ресурсів, виробничої системи, економічного розвитку, захищеності діяльності та інтересів, гармонізації останніх. Таким чином, рівень економічної безпеки підприємства не можна оцінити певним статичним показником, оскільки він містить, як мінімум, три компоненти:

- існуючий рівень економічної безпеки підприємств (щодо ресурсного забезпечення виробничо-господарської та фінансової діяльності);
- ефективність функціонування;
- здатність до подальшого розвитку підприємства.

Досягнення результатів діяльності можна розглядати за критеріями: стабільності та безперервності виробничої діяльності підприємства; фінансово-економічної стійкості підприємства; ефективності використання ресурсів підприємства [5].

Метою діагностики є вивчення рівня економічної безпеки, дослідження факторів впливу на нього, а також розробка та обґрунтування механізму його забезпечення. Для інтегральної оцінки рівня економічної безпеки можна рекомендувати методику, що базується на використанні традиційних показників, темпів їхньої зміни та ймовірності реалізації специфічних ризиків. Процедура проведення розрахунків складається з ряду етапів:

1. Визначення нормативного рівня показників кожної складової економічної безпеки (наприклад, фінансову складову можна охарактеризувати системою показників фінансової стійкості; інформаційну – показниками ефективності інвестицій в інформаційні технології, ефективності володіння інформацією, показниками новизни інформації тощо).

2. Визначення системи цільових показників, сформованої на попередньому етапі, на поточний період, а також визначення темпів їхньої зміни (вибір того чи іншого показника здійснюється керівництвом підприємства на базі корпоративної стратегії розвитку).

3. Визначення системи ризиків, якими переобтяжено діяльність підприємства, їх перегрупування за складовими та оцінка ймовірності їх реалізації (формування спектра можливих загроз за кожною складовою).

4. Визначення порівняльних індексів за кожним показником у розрізі складових економічної безпеки підприємства (під порівняльним індексом слід розуміти співвідношення фактичного значення кожного показника з його нормативним (середньогалузевим) значенням).

На основі проведення розрахунків аналізують чутливість загального показника реалізації найімовірніших загроз та визначають коефіцієнти еластичності за кожною складовою. Надалі управлінським персоналом формуються основи системи організації економічної безпеки підприємства з урахуванням складових, що мають найбільший вплив [6, с. 161-166].

Література:

1. Економічна безпека: держава, регіон, підприємство: Матеріали III Всеукраїнської науково-практичної Інтернетконференції з міжнародною участю, 1 грудня 2016 р. – 10 січня 2017 р. – Полтава: ПолтНТУ, 2017. – 247 с.
2. Довбня С. Б. Діагностика економічної безпеки підприємства як інструмент визначення напрямків його інноваційного розвитку / С. Б. Довбня, Н. Ю. Гічова // Економічний вісник Національного гірничого університету. – 2008. – № 3. – С. 36-42.
3. Сак Т. В. Діагностування рівня економічної безпеки підприємства в умовах обмеженості інформації / Т. В. Сак // Глобальні та національні проблеми економіки. – 2015. – Вип. 3. – С. 404-408.
4. Лойко В. В. Моніторинг рівня економічної безпеки промислового підприємства / В. В. Лойко // Електронне наукове фахове видання «Ефективна економіка». [Електронний ресурс]. – 2015. – № 8. – Режим доступу: <http://www.economy.nayka.com.ua/>.
5. Сисоліна Н. П. Економічна безпека підприємства: навчальний посібник / укл. Н. П. Сисоліна. – Кіровоград: КНТУ, 2014 – 226 с.
6. Швиданенко Г. О. Сучасна технологія діагностики фінансово-економічної діяльності підприємства: монографія / Г. О. Швиданенко, О. І. Олексик. – К.: КНЕУ, 2002. – 192 с.

Римська І. О.

магістрант

Метіль Т. К.

викладач кафедри управління підприємницькою
та туристичною діяльністю

*Ізмаїльський державний гуманітарний університет
м. Ізмаїл, Одеська область, Україна*

ЕКОНОМІЧНА СУТНІСТЬ ПОНЯТТЯ «САНАЦІЯ» ТА ЇЇ ВИДИ

Проблема фінансової санації українських підприємств є надзвичайно важливою. Законодавство про банкрутство має не тільки стимулювати ефективне використання активів компанії, але також дає можливість розробити ефективний механізм реорганізації боржника. У сфері банкрутства існує два способи: ліквідація або фінансова реабілітація. Як показує практика, завершення справи про банкрутство шляхом ліквідації боржника не завжди вигідне. Таким чином, в Україні кошти, отримані від ліквідації компаній-боржників, становили в середньому 1,5% вимог кредиторів, а в міжнародній практиці підприємництва цей показник становить 30% [2, с. 234].

Рівень задоволення вимог державних органів (бюджетів усіх рівнів, податкових служб) від ліквідації підприємства дуже низький, і тому перш за все необхідно розробити механізм фінансової реабілітації боржника.

Світова та вітчизняна практика показує, що ступінь задоволеності претензій залежить від вибраного шляху (фінансове зцілення чи продаж майна) для компанії-боржника. Законодавство в Німеччині, Італії, Франції, Росії та інших державах передбачає, перш за все, механізм реорганізації підприємств.

Метою фінансової санації є:

- 1) покриття поточних втрат та усунення причин їх виникнення;
- 2) поновлення або збереження ліквідності та платоспроможності підприємства;
- 3) зменшення всіх видів боргу;
- 4) вдосконалення структури оборотних коштів;
- 5) формування коштів на фінансові ресурси для проведення санітарних заходів промислового та технічного характеру.

Рішення про проведення санації приймаються:

- 1) за ініціативою кризової суб'єкта господарювання;
- 2) за ініціативою фінансово-кредитної установи;
- 3) за ініціативою одержувача під вартою цілісного майнового комплексу підприємства;
- 4) за ініціативою Агентства з питань банкрутства підприємств (держави);
- 5) за власною ініціативою боржника (звернення до суду);
- 6) після закінчення терміну з дня публікації в офіційному друкованому органі Верховної Ради або Кабінету Міністрів України (коли надійшли пропозиції від юридичних чи фізичних осіб щодо санації та неспроможності підприємства)

Економічно розвинені країни по-різному вирішують проблеми реорганізації та банкрутства підприємств. Відмінності визначаються особливостями економічного та соціального розвитку, принципами національних фінансових систем та їх складовими – фінансовими компаніями.

Слово «санація» від латинського «sanare» означає поліпшення здоров'я або відновлення. З фінансової точки зору санітарія повинна тлумачитися як система заходів, необхідних для запобігання банкрутству промислових, комерційних та банківських підприємств, спрямованих на їх подальше відродження.

У економічній літературі більш широке пояснення поняття «санітарія» як суми всіх спрямованих дій, розроблених у стратегічній перспективі, організаційної, виробничої, фінансової та соціальної природи, які використовуються для запобігання неліквідності, старіння основних засобів, відновлення або досягнення рентабельності, продуктивності або інновації, забезпечуючи прибутковість та життєздатність підприємства в довгостроковій перспективі [1, с. 234].

Тому санація – це комплекс взаємопов'язаних послідовних дій фінансово-економічного, технологічного, організаційного та соціального характеру, спрямованих на вилучення суб'єкта господарювання з кризи та відновлення її рентабельності та конкурентоспроможності.

Особливе місце в процесі санації займають заходи фінансово-економічного характеру, які відображають фінансові відносини, що виникають у процесі мобілізації й використання внутрішніх і зовнішніх

фінансових джерел оздоровлення підприємств. Джерелами фінансування санації можуть бути засоби, одержані на умовах позики або власності; на поворотній або безповоротній основі.

Метою фінансової санації є покриття поточних збитків і усунення причин їх виникнення, відновлення або заощадження ліквідності і платоспроможності підприємств, скорочення всіх видів заборгованості, поліпшення структури оборотного капіталу і формування фондів фінансових ресурсів, необхідних для проведення санаційних заходів виробничого характеру.

Санаційні заходи організаційно-правового характеру направлені на удосконалення організаційної структури підприємства, організаційно-правових форм бізнесу, підвищення якості менеджменту, звільнення підприємства від непродуктивних виробничих структур, поліпшення виробничих відносин між членами трудового колективу. В цьому контексті розрізняють два види санації:

- санація із заощадженням існуючого юридичного статусу підприємства-боржника;

- санація із зміною організаційно-правової форми і юридичного статусу підприємства, що санує (реорганізація).

Виробничо-технічні санаційні заходи пов'язані, перш за все, з модернізацією і оновленням виробничих фондів, із зменшенням простоїв і підвищенням ритмічності виробництва, скороченням технологічного часу, поліпшенням якості продукції і зниженням собівартості, удосконаленням асортименту продукції, що випускається, пошуком і мобілізацією санаційних резервів у сфері виробництва. Оскільки санація підприємства пов'язана, як правило, з скороченням зайвого персоналу, велике значення мають санаційні заходи соціального характеру. Особливо це стосується фінансового оздоровлення підприємств-гігантів. У такому разі звільнення працівників може призвести до соціальної нестабільності в регіоні. Тому слід вести обдуману політику звільнення у взаємозв'язку з реалізацією соціального плану проекту санації. Тут можуть бути передбачені такі заходи, як створення і фінансування системи перепідготовки кадрів, пошук і пропозиція альтернативних робочих місць, додаткові виплати по безробіттю, надання звільненим працівникам позик.

Процес організації фінансової санації підприємств можна розділити на три основні функціональні блоки: розробка санаційної концепції і плану санації; проведення санаційного аудиту; менеджмент санації. Проведення процедури санації і підписання мирової угоди дозволять значною мірою врахувати інтереси кредиторів, які одержать у даному випадку задоволення своїх вимог в більшому обсязі, хоча і вповдовж довшого часу (у разі реструктуризації заборгованості). Держава також зацікавлена навіть в повному списанні всієї податкової заборгованості за умов мирової угоди для збереження підприємства, яке надалі здійснюватиме поточні податкові платежі.

План фінансового оздоровлення розробляють, як правило, фінансові і контролінгові служби підприємства, яке перебуває у фінансовій кризі, представники потенційного санатора, незалежні аудиторські і консалтингові фірми.

Процес розробки плану санації містить наступні стадії: підготовка плану санації; розрахунок ефективності санації; затвердження плану санації; моніторинг реалізації заходів плану санації [3, с. 49].

План санації повинен містити заходи щодо відновлення платоспроможності боржника, умови участі інвесторів, при їхній наявності, у повному або частковому задоволенні вимог кредиторів, зокрема шляхом переведення боргу (частини боргу) на інвестора, строк і послідовність виплати боржником або інвестором боргу кредиторам й умови відповідальності інвестора за невиконання прийнятих відповідно до плану санації зобов'язань [4, ст. 18.1]. План санації повинен передбачати строк відновлення платоспроможності боржника. План санації розробляється керуючим санацією господарюючим суб'єктом-боржником разом з інвестором (при його наявності).

Підводячи підсумки дослідження слід зазначити, що незважаючи на перспективність санаційних заходів підприємств, існує і багато гальмуючих факторів, таких як, нестабільне положення вітчизняної економіки, невеликий рівень кредитування малого і середнього бізнесу, несприятливий інвестиційний клімат, хитка політична ситуація, велика частка тіньової економіки, високий рівень корупції, відповідно, як результат, переважна більшість судових рішень виноситься не на користь підприємства.

Література:

1. Енциклопедичний словник бізнесмена: Менеджмент, маркетинг, інформатика / За заг. ред. М. І. Молдованова. К.: Техніка, 1993.– С. 643.
2. И. А. Бланк. Стратегия и тактика управления финансами. К.: – МП «ИТЕМ», 1996. – С. 345.
3. Титов М. І. Банкрутство: матеріально-правові та процесуальні аспекти / Наук. ред. В.М. Гайворонський. – Харків: Консум, 1997. – С. 49.
4. Закон України «Про відновлення платоспроможності боржника або визнання його банкрутом» ВР № 2344-ХІІ від 14 травня 1992 року // Відомості Верховної Ради України, 1992, № 31, ст. 440.

Трішкіна Н. І.

кандидат економічних наук, доцент

Хмельницький торговельно-економічний коледж

Київського національного торговельно-економічного університету

м. Хмельницький, Україна

ФОРМУВАННЯ ЦІНОВОЇ СТРАТЕГІЇ ПІДПРИЄМСТВА

В діяльності виробничих або торговельних підприємств вони не можуть дозволити собі єдиного – встановлювати ціну без серйозного аналізу можливих наслідків кожного із варіантів. Більше того, аналіз діяльності конкурентоспроможних підприємств свідчить, що вони, як правило, володіють і чіткою політикою цін, і конкретною стратегією ціноутворення.

Під політикою ціноутворення розуміють загальні принципи, яких підприємство збирається дотримуватись в сфері встановлення цін на свої товари чи послуги.

Під стратегією ціноутворення розуміють набір методів, за допомогою яких ці принципи можна реалізувати на практиці.

Одним із варіантів політики цін являється підтримання ціни трохи нижчої ніж в основних конкурентів, щоб забезпечити швидкий ріст продажу в порівнянні з загальним темпом розширення ринку. Відповідноа цій політиці стратегія ціноутворення буде визначати набір процедур і партнерів, за допомогою яких ця політика буде проводитися на практиці.

Якщо підприємство ставить перед собою питання: «Яку ціну необхідно встановити, щоб покрити витрати та отримати прибуток?», то це означає, що у нього немає своєї політики ціни, і відповідно, не може бути і мови про стратегію її реалізації. Про політику цін говорять в тому випадку, коли запитання ставиться зовсім по-іншому: «Які потрібні витрати, щоб заробити прибуток при існуючих ринкових цінах?».

Якщо цінність (суб'єктивно прийнята користь) товару виправдана для покупця своєю ціною, то кваліфікований спеціаліст ціноутворення не стане так наполегливо пропонувати покупцям все більші скидки, сподіваючись знайти в результаті ідеальне співвідношення «ціна / корисність». Він піде іншим шляхом: почне вивчати можливості іншої сегментації ринку і використання нових каналів збуту, щоб знайти свого покупця, який купить цей товар і при такій ціні. Однак не варто забувати, що зниження ціни розуміється багатьма потенціальними покупцями як доказ не дуже високої цінності товару. Тому занадто поспішне встановлення скидок може не збільшити продаж, а навпаки – зменшити його (покупці можуть зреагувати по відомій моделі «Ми недостатньо багаті, щоб купувати дешеві і низької якості речі»).

Найбільш чіткі розбіжності між ціноутворенням «за волею випадку і ринку» і стратегічним ціноутворенням проявляються в конфліктах між керівниками фінансових і маркетингових служб підприємства. В ідеалі вони повинні досягнути балансу своїх інтересів. Але на практиці часто зустрічається, що маркетологи намагаються відстояти інтереси покупців, які бажають получить товар «не дорожче того, чого він коштує», аргументуючи це тим, що тільки беручи до уваги такі вимоги підприємство може досягнути своєї комерційної мети. Однак, фінансисти потребують речей більш приземлених – щоб підприємство продавало товари за цінами, які покривали б його витрати і приносили прибуток.

В сучасних умовах завдання вищого керівництва підприємства наступні:

- від фінансистів і бухгалтерів – уміння управляти витратами, зниження їх до мінімуму, забезпечуючи отримання потрібного рівня якості, а також визначення чітких залежностей між витратами та обсягами продажу, щоб на основі цих залежностей більш чітко поставити завдання маркетологам;

- від спеціалістів з маркетингу – уміння вибрати продукт (послуги), а також сегменти ринку, які стануть основою комерційної політики підприємства при існуючих конкурентних перевагах.

Конфлікти між фінансистами і маркетологами з питань політики цін зазвичай виникають на тих підприємствах, де керівництво не зробило чіткого вибору між двома альтернативними підходами до ціноутворення: витратним і ціннісним.

Витратний підхід до ціноутворення історично самий давній і самий на перший погляд надійний. Адже в його основі лежить така реальна категорія, як витрати на виробництво і збут товару, – витрати, підтверджені документами бухгалтерії. Більше того, в деякій мірі авторитет даного підходу підтримується самою економічною теорією, коли вона дивиться на ціноутворення з позиції необхідності для підприємства отримати нормальний дохід на всі свої витрати, повністю і правильно розподіленими між продуктами.

Витратний підхід до ціноутворення – це метод ціноутворення, приймаючий в якості відправної точки фактичні витрати на виробництва і реалізацію товарів.

На справді цей підхід має недоліки. В багатьох випадках величину наділених витрат на одиницю продукції, яка саме і повинна бути основою ціни при цьому підході, неможливо визначити до того, як ціна буде встановлена.

При ринковій організації збуту продукції рівень ціни визначає можливий обсяг продажу і можливий масштаб виробництва. Але й економічна теорія й бухгалтерський облік визнають, що від масштабу виробництва прямо залежить величина окремих витрат на виробництво одиниці продукції. При рості визначених масштабів випуску знижується сума постійних витрат, яка припадала на одиницю продукції, отже, і величина середніх витрат на його випуск.

Співставлення підходів до ціноутворення, розглянутих в бізнес-ситуації, підводить до того, що грамотний менеджер не повинен ставати на шлях пасивного ціноутворення, коли його рішення в цій області визначається необхідністю покрити фактичні витрати та отримати бажану величину прибутку при вже існуючих умовах діяльності.

Пасивне ціноутворення – це встановлення цін на основі витратного методу або тільки під впливом цінових рішень конкурентів.

Найбільш розумний підхід – активне ціноутворення, коли через управління цінами досягається потрібна величина і відповідна їй величина

середніх затрат, що в підсумку виводить підприємство на бажаний рівень прибутковості.

Активне ціноутворення – це установлення ціни в межах політики управління збутом з ціллю досягнення найбільш вигідних обсягів продажу, середніх витрат на виробництво і цільового рівня прибутковості операцій.

Саме такий підхід дозволяє уникнути серйозної помилки витратного ціноутворення – установлення надто високих цін на «слабких» ринках (тобто ринках з поганою кон'юнктурою) або надто низьких цін на «сильних ринках» (тобто ринках з підростаючим попитом).

Звичайно відказ від витратного ціноутворення дається менеджерам підприємства нелегко, тому що потребує досконалого визначення їх позиції з питань про ціни навіть до початку інвестування і виробництва нової продукції.

Головна ознака ціннісного підходу полягає в тому, що процес формування ціни переноситься зі сфери виробництва до сфери обігу, тобто в ціні відбиваються потреби, запити, переваги споживача. Це визначає сам процес розрахунку ціни і відповідну послідовність залучення фахівців при її встановленні.

Існують три основні цінові стратегії: «зняття вершків», «стратегія проникнення на ринок» і нейтральна стратегія. Вибір кожної з них визначається тією сукупністю чинників, що формують і корпоративну стратегію підприємства, і стратегію маркетингу в цілому, і цінову стратегію зокрема.

Ціноутворення для «зняття вершків» – це встановлення високої ціни щодо економічної цінності конкретного товару для більшості можливих покупців і для одержання прибутку за рахунок низької чутливості до ціни визначених груп покупців. Дана стратегія призначена для захоплення обмеженого ринку. Зазвичай високі ціни тісно пов'язані з тією сумою грошей, яку покупці готові заплатити за товар. Відповідно, система продажу працює тільки тоді, коли прибуток від продажу за нееластичних цін перевищує прибуток від продажу на масовіших ринках за нижчими цінами.

Стратегія проникнення на ринок» – це встановлення низької ціни щодо економічної цінності товару для одержання прибутку за наявності численних груп чутливих до ціни покупців, спроможних забезпечити значні обсяги продажу. Дана стратегія заснована на встановленні ціни, нижчої за

економічну цінність товару, для притягнення й утримання широкого кола покупців.

Нейтральна стратегія розрахована скоріше на того покупця, що шукає задовільну якість за прийнятну ціну. Нейтральне ціноутворення – це така стратегія, за якої ціни не використовуються для збільшення частки ринку, тобто на цей процес впливає не тільки ціна. Ця стратегія знижує роль ціни як інструмента ринку на користь інших важелів, які підприємство вважає важливішими або ефективнішими в охопленні цільового ринку конкретного товару.

Отже, щоб прийти до успіху, необхідно повністю перевернути логіку створення нових виробів, перейти до ціннісного підходу в ціноутворенні. Перш ніж формувати цінову стратегію, підприємству слід зібрати та ретельно проаналізувати інформацію про витрати, покупців, конкурентів. Аналіз цінової стратегії і її формування безпосередньо впливають на результати діяльності підприємства. Уміле маневрування цінами надає можливість підприємству підвищити рівень своєї адаптаційної спроможності, швидко реагувати на зміну ринкової ситуації і перемагати в конкурентній боротьбі.

Література:

1. Положення про Державну інспекцію з контролю за цінами: Постанова Кабінету Міністрів України від 13 грудня 2000 р. // Зібрання законодавства України. – К., 2001. – № 2. – С. 67.
2. Шкварчук Л. О. Ціноутворення: Підручник. – К.: Кондор, 2008 – 460 с.

Швець Ю. О.

кандидат економічних наук,
старший викладач кафедри фінансів,
банківської справи та страхування
Запорізький національний університет
м. Запоріжжя, Україна

ВИЗНАЧЕННЯ СУТНОСТІ АНТИКРИЗОВОГО УПРАВЛІННЯ ТА ЙОГО ВИДІВ НА ПРОМИСЛОВИХ ПІДПРИЄМСТВАХ

Антикризове управління промислового підприємства є системою управління, яка відрізняється стратегічним характером, направлена на усунення можливих і наявних проблем в його діяльності за умови розробки та використання спеціальної програм. Система антикризового управління розробляється індивідуально до кожного підприємства, в залежності від причини виникнення кризової ситуації, специфіки діяльності підприємства, форми власності, розміру та обсягів виробництва, наявних ресурсів та можливостей, а також конкретно від масштабності кризи.

Тому в діяльності промислового підприємства доцільним є використання антикризового управління та постає необхідність у визначенні основних його видів. Види антикризового управління можна виділити в залежності від того, на якій фазі економічного циклу та кризи він реалізується. Зокрема, проведений аналіз наукової економічної літератури дозволив виокремити наступну класифікацію:

1. Превентивне антикризове управління здійснюється на етапі стабільного розвитку підприємства. В межах даного виду передбачається проведення оцінки фінансових показників діяльності, можливості виникнення фінансової кризи, впливу кризових явищ, діагностики становища на підприємстві, порівняння отриманих результатів діяльності із запланованими, визначення рівня відхилення, дослідження зовнішнього та внутрішнього середовища функціонування, формування напрямів щодо відновлення стабільності функціонування.

2. Реактивне антикризове управління використовується на стадії погіршення показників діяльності, загрози банкрутства, виникнення фінансової кризи та з метою розробки антикризової концепції, відновлення платоспроможності, ділової активності, фінансової стійкості. Основною

метою даного виду є ліквідація фінансової кризи, відновлення того стану підприємства, який склався до початку виникнення кризи.

3. Антикризове управління за умови нестійкого розвитку. Даний вид виникає, тоді коли підприємство отримує збитки за певний період, зазнає негативного впливу ринкового середовища, загроз, ризиків та існують можливості щодо виникнення фінансової кризи. Основною метою є відновлення розвитку підприємства, покращення фінансового стану шляхом підвищення ефективності управлінської діяльності, скорочення витрат, раціоналізації використання ресурсів, корегування стратегії розвитку.

4. Антикризове управління під час кризи. Тобто, за умови неплатоспроможності підприємства, зростання кредиторської заборгованості, нестачі ресурсів виникає даний вид, але існують можливості щодо подолання кризового стану. Основною метою є спрямування коштів на погашення заборгованості та використання реструктуризації для уникнення ситуації банкрутства.

5. Антикризове управління за умови проведення процедури банкрутства. Здійснюється оцінка можливостей щодо покращення фінансового розвитку, фінансового стану, відновлення ліквідності та повернення заборгованості, а також визначення факту банкрутства підприємства.

6. Посткризове управління, тобто оцінюється ефективність застосування методів, способів боротьби з кризою та приймаються рішення щодо уникнення подібної ситуації в майбутньому, використання заходів щодо своєчасного виявлення кризи [2; 3; 4; 5].

Відповідно до проаналізованих видів можна відзначити, що основною метою антикризового управління є розробка заходів та їх впровадження для запобігання виникнення кризи в майбутньому на підприємстві, а також стабілізації економічного розвитку, одержання бажаних результатів. Серед інструментів антикризового управління слід виділити інноваційну, інвестиційну, фінансову, економічну, виробничу, кадрову, маркетингову політику [5]. Щодо заходів антикризового управління, то можна відзначити наступні: проведення моніторингу ситуації; дослідження ризиків та загроз; визначення сильних та слабких сторін підприємства; використання антикризових методів управління; аналіз фінансового стану, виявлення основних проблем; оцінка фінансової кризи; впровадження заходів щодо її ліквідації.

Одночасно, поряд із використанням заходів в антикризовому управлінні вирішуються поставлені цілі і завдання шляхом здійснення функцій. Щодо функцій антикризового управління, то до них належать [2]: загальні функції управління; специфічні функції.

Зважаючи на існуючі види, функції антикризового управління вагому роль на підприємстві, за умови виникнення кризового стану, відіграє розробка плану дій, антикризових заходів та стратегії подальшого розвитку. Крім того, за умови загрози банкрутства керівництво підприємства повинно приймати ефективні антикризові рішення, які вплинуть на подальший економічний розвиток, стабільність функціонування. Серед основних видів антикризових рішень на підприємстві слід виділити наступні: планування заходів, що включає коригування цілей, завдань, місії підприємства, вже прийнятих стратегічних рішень, розробку нових рішень, дослідження ринків збуту продукції, переорієнтація продукту відповідно до потреб споживачів, налагодження системи управління та стратегічного планування; зміна напрямів та видів діяльності, що пов'язано із залученням додаткового капіталу, інвестиційних ресурсів, скороченням витрат, злиттям з іншим підприємством, скороченням розміру бізнесу, орендою майна, зміною керівництва, процесу виробництва продукції, організаційної структури, впровадженням нового обладнання, техніки, технологій, організацією інформаційного забезпечення, системи контролю за якістю продукції, цінової політики; зміна способів мотивації працівників, тобто розміру заробітної плати, винагород, робочого часу, умов праці, обладнання робочого місця, участі працівників в інноваційних розробках, прийнятті рішень; проведення контрольних заходів за діяльністю всіх підрозділів, працівників, виконанням поставлених завдань, використанням фінансових ресурсів; здійснення корегування діяльності з метою покращення фінансових показників та стабілізації розвитку.

Враховуючи види антикризових рішень можна обрати необхідну стратегію розвитку, але доцільно врахувати причини виникнення кризи, її ступінь, термін дії, можливість використання способів, методів пристосування до змін ринкового середовища, а також існуючі шляхи, напрями її подолання. Серед основних видів стратегій слід виділити: реструктуризації (дозволяє управляти кризою, її стабілізувати та підвищити конкурентоспроможність підприємства); ліквідації (спрямована на

досягнення підприємством стану банкрутства, його ліквідацію та подальший продаж з метою погашення боргів); зростання (спрямована на покращення фінансового становища підприємства, зміцнення його позицій на ринку, формування конкурентних переваг, використання агресивних заходів); банкрутства (повна ліквідація підприємства без можливості відновити функціонування) [1].

Таким чином, антикризове управління спрямоване на подолання кризових явищ в діяльності підприємства, стабілізацію його розвитку, регулювання бізнес-процесів підприємства, врегулювання економічних відносин як в межах підприємства, так із зовнішнім оточенням, розробку заходів щодо виходу з кризового стану, відновлення платоспроможності, конкурентоспроможності, фінансової стійкості, підвищення ефективності управління діяльністю. Доцільним є визначення видів антикризового управління, вибір стратегії, використання антикризових заходів, що сприятиме подоланню кризи, ефективному використанню механізму антикризового управління, нейтралізації наслідків кризи.

Література:

1. Starosta A. Anti-crisis Management Strategies. The case of companies in the Greater Poland Voivodeship / A. Starosta. // Management. – 2014. – Vol.18, № 1. – P. 255-266.
2. Ковалевська А.В. Конспект лекцій з дисципліни «Антикризове управління підприємством» / А.В. Ковалевська. – Харків: ХНУМГ ім. О.М. Бекетова, 2016. – 140 с.
3. Мельниченко О.О. Сутність антикризового управління підприємством у сучасних умовах господарювання / О.О. Мельниченко // Економічний аналіз: зб. наук. праць. – Тернопіль: Видавничо-поліграфічний центр Тернопільського національного економічного університету «Економічна думка», 2015. – Том 21. – № 2. – С. 157-162.
4. Рубан В.М. Типи і види стратегій в антикризовому управлінні. Тактики антикризового управління / В.М. Рубан // Науковий вісник Херсонського державного університету. Серія: Економічні науки. – 2014. – Вип. 7. – Ч. 2. – С. 68-71.
5. Хандій О.О. Антикризові інструменти управління підприємством: практичні аспекти реалізації / О.О. Хандій // Маркетинг і менеджмент інновацій. – 2012. – № 4. – С. 186–192.

СЕКЦІЯ 3. ЕКОНОМІКА ПРИРОДОКОРИСТУВАННЯ ТА ОХОРОНИ НАВКОЛИШНЬОГО СЕРЕДОВИЩА

Жавнерчик О. В.

доцент кафедри менеджменту природоохоронної діяльності

Ярошенко Ю. О.

магістр

Одеський державний екологічний університет

м. Одеса, Україна

ЕКОЛОГООРІЄНТОВАНЕ СТРАТЕГУВАННЯ ПРОДОВОЛЬЧОЇ БЕЗПЕКИ: МОНІТОРИНГОВИЙ АСПЕКТ

Одне з головних завдань країни – забезпечення продовольчої безпеки, яка виступає гарантією незалежності країни й важливою умовою стабільності розвитку суспільства.

Сутність екологізації продовольчої безпеки полягає у розвитку екологічно збалансованого виробництва продуктів харчування, коли на основі системи організаційно-правових, науково-технологічних, соціально-економічних та інших відносин забезпечуються необхідні та економічно доступні рівні кількості та якості (екологічності) споживання [1].

Під екологоорієнтованим стратегуванням продовольчої безпеки ми розуміємо узгодження пріоритетів стратегії державної аграрної і продовольчої політики із процесом екологізації як вектором розвитку, що панує в сучасному суспільстві, яке поєднує процеси розроблення стратегії (розробка концептів, прогнозування, моделювання, планування, проектування, програмування й моніторинг) із механізмами організаційно-економічного забезпечення.

Врахування екологічної складової продовольчої безпеки є стратегічно важливим завданням держави та потребує системного стратегічного бачення і управління якістю й екологічною безпекою продовольчої продукції на основі удосконалення систем оцінювання й моніторингу. Для об'єктивної оцінки продовольчої безпеки в світовій практиці використовується система

спеціальних показників, які дозволяють комплексно досліджувати стан продовольчої безпеки в динаміці та за складовими, виявляти слабкі сторони для корегування державної політики стосовно покращення її рівня.

Так, Глобальний індекс продовольчої безпеки (The Global Food Security Index – GFSI) вимірює політику держав і ефективність роботи їх установ у сфері продовольчої безпеки являє собою динамічну кількісно-якісну модель, засновану на більш ніж 28 показниках, яка вимірює фактори продовольчої безпеки в розвинених країнах (109 країн світу), при розрахунку яких використовуються дані міжнародних організацій та національних інститутів [2].

Зокрема, аналізуються три основні групи показників продовольчої безпеки: економічна доступність продовольства; фізична доступність продовольства; рівень якості і безпеки продуктів харчування – враховує відповідність харчових продуктів міжнародним стандартам: різноманітність та норми раціону харчування; вміст поживних мікроелементів, вітамінів; якість білка; безпека продуктів харчування (зокрема, доступність до чистої питної води). На основі аналізу показників складається підсумковий рейтинг країн світу. Представлена в табл. 1 динаміка рейтингу України свідчить про погіршення рівня продовольчої безпеки, у т.ч. за показниками якості і безпеки.

Таблиця 1

Рейтинг України за Глобальним індексом продовольчої безпеки [3]

Показник	Оцінка за 100-бальною шкалою					Місце в рейтингу		
	2012	2013	2014	2015	2016	2014	2015	2016
Загальний бал	56,7	57,5	57,7	56,1	51,4	52	59	63
Доступність	55,6	55,6	58,7	58,6	55,7	50	54	59
Наявність	54,2	56,3	53,6	51,4	50,2	59	71	78
Якість і безпека	66,1	65,7	66,7	62,6	61	41	48	51

Вітчизняна методика оцінювання продовольчої безпеки встановлює перелік індикаторів та їх порогових значень, однак вони неповною мірою відображають її рівень, оцінювання ігнорує екологічні характеристики споживання (прийняті у європейській практиці), що не надає можливості повною мірою оцінити ризики і можливі загрози.

Модель екологоорієнтованого стратегування продовольчої безпеки передбачає формулювання місії, стратегічних цілей і завдань, пріоритетів розвитку, імплементацію екологічного імперативу в методологію

оцінювання продовольчої безпеки, удосконалення вітчизняної системи моніторингу і оцінки рівня продовольчої забезпеченості шляхом включення екологічних показників і індикаторів розвитку, покращення програмного забезпечення та контролінг результатів (рис. 1).



Рис. 1. Модель екологоорієнтованого стратегування забезпечення продовольчої безпеки

Систематизація причин випадків незадовільної екологічної якості продовольчої продукції, дозволяє визначити, що втрати екологічних споживчих характеристик продукції відбуваються протягом всього ланцюжку від виробництва до кінцевого споживання, зокрема на стадії вирощування продукції рослинництва й тваринництва (зниження екологічних параметрів сільськогосподарських земель спричиняє забрудненість продукції шкідливими речовинами, використання у тваринництві антибіотиків і гормонів обумовлює гормональні розлади у населення, вироблення непрогнозованої стійкості до лікарських препаратів), на стадії промислової переробки (використання штучних компонентів,

синтетичних домішок, декларативність трансгенного маркування спричиняє недоотримання вітамінів і корисних речовин, онкологічні захворювання й невідповідність продукції стандартам безпеки), транспортування, зберігання й збуту [4].

Тому, методика оцінювання та моніторинг продовольчої безпеки в рамках екологоорієнтованого розвитку має ґрунтуватися на запропонованих індикаторах і враховувати комплексно причинно-наслідкові зв'язки:

– Індикатор екологічного стану природно-ресурсного потенціалу: показник родючості земель сільськогосподарського призначення (збільшення); показник якості водних ресурсів (склад поверхневих, ґрунтових, артезіанських водних ресурсів); доступності якісної питної води для потреб населення (покращення / зростання); показник якості атмосферного повітря (у т. ч. наявність канцерогенних речовин); геомагнітний стан; природний радіаційний фон.

– Індикатор екологічного захисту: рівень забезпечення очисними спорудами; частка безвідходних і маловідходних технологій у загальному технологічному процесі; показник заощадження коштів за рахунок реалізації заходів енергозбереження; показник страхових премій у розрізі екологічного страхування.

– Індикатор еко-інвестиційної активності: обсяг інвестицій у відтворення природно-ресурсного потенціалу, рекультивацію земель, очищення водойм тощо; ефективність капіталовкладень на відтворення природного стану (якості) компонентів навколишнього середовища; частка підприємств агропромислового сектору, що впроваджують екологічні інновації (виробничі, управлінські).

– Індикатор якості і безпечності продовольчої продукції: частка продовольчої продукції, що виробляється за міжнародними (європейськими) стандартами якості, у т.ч. сертифікованої в загальному обсязі виробництва; частка виробництва та реалізації на вітчизняному ринку органічної харчової продукції; частка на ринку генно-модифікованої продукції, правдивість маркування про відсутність ГМО; частка імпортованої еко-небезпечної продукції, у т. ч. ГМО (зменшення); відсоток цінової надбавки на органічну продукцію.

– Індикатор здоров'я нації: середня тривалість життя населення; показник захворюваності шлунково-кишкового тракту (випадки отруєння,

смертність від хвороб органів травлення); показник захворюваності системи кровообігу (гіперхолестеринемія, надлишкова маса тіла, залізодефіцитні анемії внаслідок недостатнього споживання м'яса); показник онкозахворюваності; показник інвалідності (природжені вади розвитку, генні аномалії).

Таким чином, екологоорієнтоване стратегування розвитку аграрного сектору економіки як системний процес сприятиме покращенню екологічних характеристик продовольчої забезпеченості населення, розроблена модель екологоорієнтованого стратегування продовольчої безпеки передбачає розроблення Концепції продовольчої безпеки з урахуванням екологічної складової та Стратегії продовольчої безпеки України як головного генерального плану країни, з обов'язковим законодавчим і методичним забезпеченням, для оцінювання динаміки отриманих результатів і збереження генофонду української нації в довгостроковій перспективі.

Література:

1. Щербань В.П. Якісні орієнтири безпечного розвитку продовольчого комплексу URL: <http://dspace.uabs.edu.ua/bitstream/123456789/3182/1/Sherban> (дата звернення 5.05.2018р.).
2. Stezhko Nadiia Global indices in assessment of the global food problem and its impact factor // *Economic Annals-XXI*, 161(9-10). 2016. С. 18-22.
3. Индекс продовольственной безопасности стран мира. Гуманитарная энциклопедия // Центр гуманитарных технологий, 2006–2018 (последняя редакция: 12.05.2018). URL: <http://gtmarket.ru/ratings/global-food-security-index/info> (дата звернення 21.08.2018 р.).
4. Купинец Л.Е. Экологизация продовольственного комплекса: теория, методология, механизмы. Одесса: ИПРЭЭД НАНУ, 2010. 712 с.

СЕКЦІЯ 4. ДЕМОГРАФІЯ, ЕКОНОМІКА ПРАЦІ, СОЦІАЛЬНА ЕКОНОМІКА І ПОЛІТИКА

Alzhanova N., Sauribayeva A.

Director of Centre for Entrepreneurship
Chief Specialist of Centre for Research

*Almaty Management University
Almaty, Kazakhstan*

DEFINING TRENDS AND PROSPECTS FOR DEVELOPMENT OF SOCIAL ENTREPRENEURSHIP IN KAZAKHSTAN

There has been a rapid growth in the concept of «social entrepreneurship» for the last few decades. Kazakhstan needs to create the necessary conditions and prerequisites to enable individual entrepreneurs and small business to grow into medium sized businesses. Private businesses are normally more effective than state run enterprises. Therefore Kazakhstan must transfer non-strategic enterprises and services to the private sector. This is a crucial step for strengthening domestic entrepreneurship. In order to build a robust dialogue on the principles of public private partnership, it is necessary to continue the process of business consolidation, which will enable wide coverage and engagement of all entrepreneurs in implementation of the new «Kazakhstan-2050» strategy [1].

The adoption of a new law in Kazakhstan Republic of Kazakhstan «On Public-Private Partnership» provides for the removal of restrictions on the areas of public-private partnership, to create all conditions for the effective implementation of social projects, which leads to an increase in the number of social entrepreneurs.

In the modern world economy, there is an acute need for significant social and economic transformations in both developed and developing countries. This is due to stratification of incomes, low level of minimum wages, pensions, budgetary expenditures for health, education, culture and sports. In these circumstances, the searching of financial resources becomes extremely urgent problem, including extra non-budget sources, involvement of all groups of society to solve critical socio-economic problems [2, p. 15].

One of the effective tools aimed at solving these problems is social entrepreneurship, which is a special type of initiatives aimed at solving problems that arise in the social sphere and they are not solved within the framework of public and state sectors of the economy [3, p. 15].

Social entrepreneurship is fundamentally about finding novel solutions to complex social problems [4, p. 91].

Three modern concepts of social entrepreneurship focus on: genesis of new opportunities for solving social challenges through innovative resource combination; the model of deriving revenue as a basis for entrepreneurship; duality of economic and social values production process and continuous search for their balance towards the latter one [5, p. 10].

Regardless of the precise rationale, there is a growing popular consensus that the private sector – commercial and nonprofit – is generally more efficient and effective than government, and that government should steer, or at least facilitate, and the private sector should row. The private sector and social entrepreneurship combines the use of business tools in their work. From the non-profit sector social entrepreneurship takes a mission to create social value and approach to interaction with the major stakeholders, which is based on the principles of inclusion and trust [6, p. 191].

The aim of the research is to assess and increase the level of awareness about and readiness to implement the principles and models of social entrepreneurship among stakeholders from non-profit sector of Kazakhstan.

Our research was grounded on the survey and the case method of analyzing organizations of social entrepreneurship. The goal of the research was to assess the business model applied by the organization in terms of its constituents: value offer, clients, project financial resources, value chain, income generation, actual strategy and marketing program.

The NGOs participated in the survey were as community trust and specialized in different various fields. The majority of them have more than one area of specialization and several sources of funding. Most of the NGOs are financially supported by major gifts coming from personal and team commitments as well as membership fees; state social procurement and companies in Kazakhstan are second main sources of funding of NGOs. Foreign aid and sale of product and services are mentioned as a third priority source of funding. Almost all NGOs

participated in the survey – 90% of respondents – answered that they face difficulties in raising funds and half of them cope with it.

More than a large portion of respondents demonstrated that they are mindful about social entrepreneurship. Regardless of the way that the comprehension of social entrepreneurship may be diverse, it is expected that the general interest is developing and awareness is increasing within the non-profit sector.

The question on taking advantage from business opportunities, the respondents expressed different views. However, the majority believe that the business opportunity should only be related to the core mission of the organization. It is assumed that the deeper knowledge about the forms and opportunities of social entrepreneurship might be beneficial in shifting understanding of the sector.

40% of NGOs participated in the survey exhibited their readiness to utilize any business opportunity, while 45% emphasized the absence of business abilities among staff. Among the top activities suggested to develop social entrepreneurship are government support and capacity increase / experience exchange and access to information and funding.

In conclusion, it can be argued that the NGO sector in Kazakhstan is unsuccessful in securing financial sustainability and that implementing business principles is something that most organizations still disregard or lack capacity. Government involvement and raising awareness can serve as ways to develop social entrepreneurship in the country.

Currently, concepts of social entrepreneurship are not legalized in Kazakhstan. However, there are a lot of companies designed to solve a specific social problem.

The analysis of the case study materials for social entrepreneurs in Almaty shows us that social entrepreneurship is not charity; it is cost-effective, successful social and commercial projects. These cases are evidence that social entrepreneurship is a progressive direction, opening up new business opportunities.

It should be noted that the case studies represent different areas (psychological assistance, sports, education, and rehabilitation) and different features of social problems. Each of the selected organizations working in areas, which for one reason or another are not sufficiently addressed by the state and the market.

In mass consciousness of citizens of Kazakhstan, the concept «social entrepreneurship» is absent, but there are prerequisites for its forming. Society is ready to innovations in the social sphere, to positive perception of business

structures, which work on the solution of social problems. For achievement of considerable progress in distribution of social entrepreneurship, it is necessary to solve two complex problems.

The first is the creation of an appropriate regulatory framework and legislative strengthening of «social entrepreneurship» concepts, as well as the inclusion of the state in process of financing of projects at the initial stage. It is necessary to clearly limit the scope and give it a certain status, which will more actively promote social entrepreneurship in the regions. Such state support gives multiplicative effect and is capable to become the catalyst of process of involvement of new participants in process of distribution of social business.

The second important task is formation of complex informational strategy of social entrepreneurship development, which will have impact on traditional business as well in this case efficiency of informational company is determined by examples of successful use of mechanisms of social entrepreneurship that solve pressing problems.

The author argue that existing understanding of social entrepreneurship is vague and brings wide range of misconceptions. With provision of clarification and real examples of existing practitioners can bring significant value to the understanding of the field and stimulus for further development and implementation by NGO and business sectors. Involvement of various stakeholders and including different forms of initiatives serving as drivers for social entrepreneurship development in the country is needed.

In article social entrepreneurship is considered as a form of ensuring stability of small enterprises, as well as studying the experience of social initiatives in Kazakhstan. Social entrepreneurship is considered as the mechanism capable to start the process of economy modernization in Kazakhstan and cardinaly change the processes of perception of social responsibility in business community and public authorities.

References:

1. Strategy Kazakhstan-2050»: new political course of the established state». December 14, 2012 [Electronic version] – www.strategy2050.kz.
2. Batalina M., Moskovskaja A., Taradina L. (2008) «Obzor opyta i koncepcij social'nogo predprinimatel'stva s uchetom vozmozhnostej ego primenenija v sovremennoj Rossii». Preprint WP1/2008/02. – M.: GU VShJe, 2008. [Elektronnyj resurs] – https://www.hse.ru/data/2010/05/04/1216403244/WP1_2008_02.pdf.

3. Sestrenskij O. (2008) «Social'noe predprinimatel'stvo: sila novyh idej». Dengi i blagotvoritelnost. – № 3 (68). – P. 14-20.
4. Pascal Dey Chris Steyaert, (2012), «Social entrepreneurship: critique and the radical enactment of the social», Social Enterprise Journal, Vol. 8 Iss 2. Pp. 90-107.
5. Pritvorova T., Ayaganova M. (2017) The Nonprofit Sector as a Basis for Social Entrepreneurship in Kazakhstan: Potential and Models. – Revista ESPACIOS. Vol. 38 (№ 49), p. 10.
6. Osborne D, Gaebler T. (1992) Reinventing the Government: How the Entrepreneurial Spirit is Transforming the Public Sector. Addison-Wesley: Reading, MA.

Лубяков А.К.

магістрант кафедри управління
персоналом та економіки праці

*Житомирський державний технологічний університет
м. Житомир, Україна*

ШЛЯХИ ПОКРАЩЕННЯ ЯКОСТІ ТРУДОВОГО ЖИТТЯ ПЕРСОНАЛУ НА ПІДПРИЄМСТВІ

Участь людини в трудовій діяльності характеризується її потребами та можливостями їх задоволення, які обумовлені характеристиками трудового потенціалу: здоров'ям, моральністю, творчими здібностями, освітою і професіоналізмом.

Якість трудового життя є невід'ємною складовою якості життя, критерієм соціально-трудоких відносин. Тому найважливішим напрямом практичної діяльності мають стати сучасні перетворення в сфері праці, орієнтовані на підвищення якості трудового життя за рахунок створення відповідних програм і методів роботи з персоналом [1].

Концепція якості трудового життя ґрунтується на створенні умов, які забезпечують оптимальне використання трудового потенціалу людини. Якість трудового життя можна підвищити, покращивши ті параметри, які впливають на життя людей.

Як показує практика управління персоналом, на якість трудового життя працівників може впливати безліч факторів, одна частина яких сприяють підвищенню якості трудового життя, інша частина може перешкоджати його

зростання, а в певних випадках і знижувати вже існуючий рівень якості трудового життя. У свою чергу, якість трудового життя, безумовно, впливає на трудовий процес, соціально-трудова відносини і в підсумку на якість життя.

Об'єднавши всі фактори у два блоки (соціально-економічні та техніко-організаційні фактори), можна отримати ситуацію, що характеризує вплив того чи іншого фактора на якість трудового життя працівників підприємства.

Для підвищення якості трудового життя в умовах підприємства необхідно:

- забезпечити умови для поєднання чергування праці, навчання і відпочинку, оскільки стабільна зайнятість працівника гарантує йому певний рівень доходів;

- вдосконалити систему оплати праці на основі її якісного нормування, для створення активного стимулюючого впливу на мотиви поведінки і трудової діяльності працівника, що відповідає тому рівню якості трудового життя, який забезпечує поєднання працівника з підприємством;

- забезпечити збереження здоров'я і працездатності працівника на основі поліпшення умов праці, скорочення чисельності працюючих в умовах, що не відповідають санітарно-гігієнічним нормам.

Дослідження якості трудового життя на підприємствах підтверджують необхідність дій за такими найбільш важливими напрямками його підвищення:

- забезпечення благополуччя працівників як основи для підвищення якості трудового життя;

- вдосконалення якості соціальної сфери, що відповідає тому рівню якості трудового життя, який поєднує працівника з підприємством;

- забезпечення для працівників безпечних умов праці і підтримки.

Отже, забезпечення належної якості трудового життя працівників потребує насамперед створення умов, які забезпечать оптимальне використання трудового потенціалу людини на підприємстві.

Література:

1. Акулов М.Г. Економіка праці й соціально-трудова відносини: навч. посіб. / М.Г. Акулов, А.В. Драбаніч, Т.В. Євась та ін. – К.: Центр учбової літератури, 2012. – 328 с.

ОЦІНЮВАННЯ ПЕРСОНАЛУ НА ЕТАПІ ПРОФЕСІЙНОГО ПІДБОРУ

Ефективне управління персоналом потребує періодичного їх оцінювання для вирішення таких питань, як: планування потреб у залученні кадрів і переміщення (просування) наявних працівників на підприємстві; звільнення працівників; підвищення їх кваліфікації і планування професійної кар'єри та ін. Результати оцінювання працівників впливають на загальну ефективність системи управління підприємством і перебіг виробничо-господарських й управлінських процесів у ній. Втім, часто виникає необхідність оцінити працівників ще на етапі професійного підбору. Відсутність достатньої кількості публікацій щодо цього робить актуальним розкриття обраної теми.

Оцінювання персоналу розглядається як елемент управління персоналом і як система атестації працівників, що застосовується на підприємстві в тому або іншому вигляді. В той же час це необхідний засіб вивчення якісного складу персоналу підприємства, його сильних і слабких сторін, а також основа для удосконалення індивідуальних трудових здібностей працівника та підвищення його кваліфікації. Оскільки результати оцінювання визначають становище працівника на виробництві та перспективу його переміщення (просування), то вони є важливим мотиваційним фактором покращення трудової діяльності й відношення до праці [2].

На етапі професійного підбору кадрів оцінювання дає можливість уникнути неефективних витрат коштів і часу на оформлення і трудову адаптацію непідходящих кандидатур. Разом із тим, застосування дієвих методів оцінювання професійних компетенцій нових працівників різко збільшить тривалість проведення професійного підбору і його вартість для підприємства. Тому, зважаючи на всі аргументи, що підтверджують доцільність оцінювання працівників на етапі підбору кадрів, необхідно обирати максимально зручні для співробітників служби персоналу методи підтвердження кваліфікації.

При обговоренні методів оцінювання основну увагу приділяють питанню обґрунтування застосування конкретних технік і методів, необхідних для

чіткого співвіднесення прогнозованих результатів професійного підбору кадрів з реальними даними, отриманими при використанні процедур оцінювання персоналу.

Серед методів підбору кандидатів співробітники служби персоналу найчастіше вдаються до наступних:

- структурованого інтерв'ю;
- психометричних проб;
- професійного тестування;
- перевірки рекомендацій від колишнього роботодавця.

Ейчар-менеджеру важливо перейти від неорганізованості та інтуїтивності при оцінюванні персоналу до технологічності цієї процедури. Професійний підбір як технологія управління персоналом допомагає забезпечити керованість і прогнозованість професійної діяльності працівників. Це досягається науковою обґрунтованістю використання і розроблення методів оцінювання людей, які мають бажання працювати у роботодавця, виокремлення їхніх особливостей на основі професійних компетенцій (професійних знань, умінь, практичних навичок, досвіду роботи).

Найбільш часто в практиці підбору застосовуються тести на пізнавальні здібності та особистісні тести. Загалом, у практиці підбору кадрів розробляються тестові методики, що відповідають вимогам економності та простоти у використанні. Найбільш поширеним методом отримання інформації про відповідність особливостей кандидата, що претендує на вакансію, з особливостями самої вакансії є професійне інтерв'ю.

Професійне інтерв'ю під час професійного підбору кадрів передбачає ретельну підготовку, побудову професіограми і прогнозування успішності виконання професійної діяльності. Таке інтерв'ю має відповідати стандартам достовірності, дійсності та практичності, що дозволяє економно і відносно об'єктивно оцінити кандидата на вакансію.

В рекрутингу структуроване інтерв'ю зазвичай називають співбесідою. Співбесіда як метод оцінювання персоналу передбачає дотримання правил і ефективності у виконанні всіх умов її проведення. Тому основна увага при підготовці спеціаліста з професійного підбору кадрів має приділятися засвоєнню навичок проведення інтерв'ю чи співбесіди.

Застосування перевірених методів оцінювання кандидатів в ході проведення професійного підбору кадрів на підприємстві менеджером з

персоналу або службою персоналу дає можливість уникати серйозних технічних і функціональних помилок, що різко підвищує рівень ефективності підбору кадрів [1, с. 41].

Отже, важливу роль в управлінні персоналом на підприємстві відіграє оцінювання працівників. Результати оцінювання персоналу у звичній робочій обстановці визначає становище працівника на виробництві та перспективу його переміщення. Разом із тим, виглядає доречним застосування передових технік і методів оцінювання працівників на етапі професійного підбору, що практично унеможливорює виникнення у майбутньому серйозних помилок, пов'язаних із неякісним підбором кадрів.

Література:

1. Новикова А. Подбор персонала: правильные решения / А. Новикова // Менеджер по персоналу. – 2007. – № 4. – С. 38–45.
2. Хміль Ф.І. Основи менеджменту: підручник / Ф.І. Хміль. – К.: Академвидав, 2009. – 608 с.

Шорохова С. О.

викладач

*Ірпінський державний коледж економіки та права
м. Ізмаїл, Одеська область, Україна*

ОЦІНКА РИНКУ ПРАЦІ УКРАЇНИ

У даній роботі здійснений аналіз ринку праці України на підставі методів регресійного аналізу. Однією з основних проблем сучасного розвитку економіки країни є безробіття, яке становить реальну загрозу для державного та суспільного благополуччя та набуло масового характеру.

Оцінка ринку праці нашої країни цікавить багатьох українських науковців. Серед них варто відзначити: І. Давидова, Д. Богиня, Г. Волинський, В. Геєць, В. Герасимчук, О. Грішнова, С. Дзюба, С. Дорогунцов, С. Кузнєцова, Е. Лібанова, Г. Лук'янова, О.Мазура, С. Мочерний, В. Онікєнко, А. Чухно, В. Галицький, І. Моцін, Я. Міклош, Ю. Маршавін та інші. Їх роботи є доволі актуальними, оскільки привертають увагу до необхідності

вирішення соціальних проблем через формування такої державної політики, в якій центральне місце має займати людина і її добробут.

Інформація про рівень зареєстрованого безробіття отримана з офіційного сайту Державної служби статистики [1]. В якості методу був обраний кореляційно-регресійний аналіз [4]. Всі обчислення зроблені за допомогою програми MS Excel (табл. 1).

Таблиця 1

**Динаміка показників ринку праці України за 2000–2017 рр.
(на кінець звітного періоду; тис. осіб)**

Роки	Чисельність наявного населення (Y)	Економічно активне населення (X ₁)	Зайняте населення (X ₂)	Безробітне населення (X ₃)
2000	49429,8	22 830,80	20 175,00	2 655,80
2001	48923,2	22 426,50	19 971,50	2 455,00
2002	48457,1	22 231,90	20 091,20	2 140,70
2003	48003,5	22 171,30	20 163,30	2 008,00
2004	47622,4	22 202,40	20 295,70	1 906,70
2005	47280,8	22 280,80	20 680,00	1 600,80
2006	46929,5	22 245,40	20 730,40	1 515,00
2007	46646	22 322,30	20 904,70	1 417,60
2008	46372,7	22 397,40	20 972,30	1 425,10
2009	46143,7	22 150,30	20 191,50	1 958,80
2010	45962,9	20 894,10	19 164,00	1 713,90
2011	45778,5	20 893,00	19 181,70	1 661,90
2012	45633,6	20 851,20	19 317,80	1 589,80
2013	45553	20 824,60	19 399,70	1 510,40
2014	45426,2	19 920,90	19 035,20	1 847,60
2015	42844,9	18 097,9	17 396,0	1 654,7
2016	42672,5	17 955,1	17 303,6	1 678,2
2017	42485,47	17 854,4	17 193,2	1 698,0

Проаналізуємо ринок праці України на підставі методів регресійного аналізу. В загальному виді модель має вигляд:

$$Y_{it} = a_0 + \alpha \cdot F_{it} + \beta \cdot X_{it} + \varepsilon_{it}, \quad (1)$$

де a_0, α, β – коефіцієнти, F_{it} – показник розвитку страхового ринку країни i в момент часу t , X_{it} – значення допоміжних змінних для країни i в момент часу t , ε_{it} – випадкова похибка регресії [4, с. 61].

$$Y = 0,792 \cdot X_1 + 0,083 \cdot X_2 + 2,094 \cdot X_3 + 1,184 \quad (2)$$

При зростанні наявного населення на 1 тис. осіб кількість економічно активного населення зростає на 0,792 тис. осіб., кількість зайнятого населення зростає на 0,083 тис. осіб., кількість безробітного населення

зростає на 2,094 тис. осіб. Коефіцієнт множинної кореляції 0,87 свідчить про сильний зв'язок між показниками.

Перевірка істотності зв'язку за F-критерієм: $3,123 > 4,103$ при $\alpha=0,05$ і числі ступенів вільності $k_1=2$, $k_2=15$. Отже, зв'язок між показниками, які включено у багатофакторну регресійну модель, є істотним (невипадковим).

Література:

1. Офіційний сайт Державної служби статистики України [Електронний ресурс]. – Доступний з: [http:// www.ukrstat.gov.ua](http://www.ukrstat.gov.ua).
2. Мінфін – все про фінанси [Електронний ресурс]. – Доступний з: <https://minfin.com.ua>.
3. Статистика: Підручник / С.С. Герасименко, А.В. Головач, А.М. Єріна та ін. – 2-ге вид., перероб. і доп. – К.: КНЕУ, 2010. – С. 434-440.
4. Дудко В.С. Економіко-математичне моделювання: навчальний посібник для студ. вищ. навчал. закл.: в 2 частинах / Дудко В.С., Краснова Т.Д., Лаговський В.В. – Ірпінь: НУДПСУ, 2010. – 448 с.

СЕКЦІЯ 5. ГРОШІ, ФІНАНСИ І КРЕДИТ

Гарькава В. Ф.

кандидат економічних наук,
доцент кафедри економіки
та інформаційної безпеки

Гончар В. В.

студент

*Міжнародний класичний університет
імені Пуліпа Орлика
м. Миколаїв, Україна*

СУЧАСНА МЕТОДИКА АНАЛІЗУ РЕАЛІЗАЦІЇ ГОТОВОЇ ПРОДУКЦІЇ НА ПІДПРИЄМСТВІ

У нашому дослідженні було здійснено аналіз виробництва і реалізації, що є першочерговим при проведенні оцінки рентабельності продукції. Саме ці показники одночасно з показниками собівартості готової продукції визначають фактичне значення та є факторами зміни рентабельності готової продукції.

Як зазначає О. Базилінська [3], аналіз показників виробництва і реалізації готової продукції на підприємстві здійснюється на наступними напрямками: аналіз обсягу і динаміки випуску та реалізації продукції; оцінка асортименту і структури виробництва та реалізації продукції; аналіз рівномірності та ритмічності виробництва і реалізації готової продукції; оцінка якості та браку готової продукції.

Представляється важливим виконувати план за структурою виробництва, що, означає в фактичному випуску продукції заплановане співвідношення окремих її видів. Нерівномірне виконання плану по окремим виробам призводить до відхилення від планової структури виробництва готової продукції та змінює усі інші заплановані показники розвитку підприємства. Рівномірність випуску продукції передбачає організацію роботи підприємства за вчасно розробленим графіком, це забезпечує успішне

виконання передбачених завдань; сприяє кращому використанню виробничих ресурсів; підвищує якість готової продукції; дисциплінує працівників підприємства. Все це призводить до зниження собівартості продукції та підвищення рентабельності виробництва.

Не ритмічний випуск продукції протягом місяця здебільшого зумовлюється не рівномірним постачанням сировини, інших матеріальних цінностей, простоями робітників і обладнання. Такі організаційно-технічні заходи як поліпшення матеріально-технічного постачання, посилення технічного контролю, тощо, можуть підвищити ритмічність випуску продукції.

Для аналізу якості продукції використовують дані нормативно-технічної документації, акти випробувань, лабораторного контролю фізико-хімічних показників, відділу технічного контролю, журнали і графіки бездефектного виробництва продукції, тощо. Належну точність визначення стану якості продукції забезпечують показники сортності продукції. Сортність використовують щодо продукції, в якій допускаються певні, несуттєві відхилення деяких ознак і якостей від чинних стандартів і технічних вимог. Зважаючи на кількість передбачених сортів і співвідношення їх у загальному обсязі виробництва, визначають середній показник сортності як за планом, так і фактично.

На обсяг виробництва продукції підприємства впливає безліч факторів, пов'язаних з його організаційно-технічним рівнем, ефективністю використання виробничого потенціалу, включаючи засоби праці і предмети праці, трудові ресурси. Фактори, які впливають на обсяг виробництва продукції, і вплив яких може бути кількісно виміряний за допомогою детермінованих моделей, котрі можна представити наступним чином: забезпеченість підприємства трудовими ресурсами і ефективність їх використання; забезпеченість підприємства основними виробничими фондами і ефективність їх використання; показники рентабельності продукції, ціни реалізації. Ціни забезпечують підприємству запланований прибуток, конкурентоспроможність продукції, попит на неї. Через ціни реалізуються кінцеві комерційні цілі, визначається ефективність діяльності всіх ланок виробничо-збутової структури підприємства.

На думку Ф. Бутинця [4], ціна готової продукції формується під впливом як зовнішніх факторів (попит; ціни конкурентів на аналогічну продукцію тощо), так і внутрішніх. Стратегія підприємства відносно встановлення цін

на готову продукцію визначається його ціновою політикою. Цінова політика полягає в тому, що підприємство встановлює ціни на такому рівні та змінює їх (залежно від ситуації на ринку) так, щоб забезпечити досягнення короткострокових і довгострокових цілей.

Згідно з ідеями Г. Крамаренко [8], зміст та послідовність аналізу цінової політики підприємства можна розподілити на такі етапи:

1. Аналіз впливу типів ринку на цінову політику.
2. Аналіз мети ціноутворення.
3. Аналіз факторів, що визначають цінову політику підприємства.

Під час аналізу треба враховувати фактори витрат, фактори попиту, ціноутворення, фактори конкуренції. Як зазначає науковець, необхідно враховувати аналіз умов та методів формування початкової ціни на готову продукцію. Змістом цього етапу аналізу є: оцінка попиту; оцінка витрат; аналіз цін та продукції конкурентів; аналіз методів ціноутворення, що вживаються. Аналіз методів ціноутворення також важливий за умови, коли підприємство встановило первісну ціну, то воно має скоригувати її з урахуванням різних факторів, що діють у зовнішньому середовищі. Треба здійснити передовсім аналіз: ціноутворення на нову продукцію; ціноутворення в рамках товарної групи; ціноутворення за регіональним принципом; установлення цін зі знижками та заліками; установлення цін для стимулювання збуту.

Аналіз варіантів зміни цін конкурентів застосовуємо, щоб з'ясувати, як має діяти підприємство у випадках зміни цін конкурентами, беручи до уваги:

- причини та період зміни цін конкурентами;
- можливу зміну своєї частки ринку;
- життєвий цикл своєї готової продукції;
- роль даної продукції в межах власної товарної номенклатури;
- динаміку витрат залежно від обсягу виробництва.

Отже, проведення детального та глибокого аналізу виробництва та реалізації продукції, оцінка системи ціноутворення, яка функціонує на підприємстві, дає змогу проведення детального та глибокого аналізу рентабельності продукції через елементи, які її формують.

У ході дослідження було виявлено, що на величину реалізації готової продукції може впливати ряд наступних факторів: варіація обсягу готової продукції, нестандартність залишків готової продукції на складі, зміна

залишків відвантаженої, але нереалізованої продукції відповідно до різних потенційних причин. Варто підкреслити, що аналіз реалізації готової продукції надає цілісне уявлення про стан та кількість готової продукції, залишки незавершеного виробництва, запаси або ж, навпаки, нестачу. Представляється важливим здійснення подібного аналізу поточно з постійним контролем кількості виготовленої та відвантаженої готової продукції покупцям та замовникам. Так, можливо встановити й прогноз або перспективу виготовлення та розробки нових видів готової продукції.

Таким чином, дослідження репрезентує загальний огляд та вивчення теоретично-методичних основ обліку та аналізу реалізації готової продукції на підприємстві.

Література:

1. Арене З.А. Фінансовий аналіз: Навчальний посібник: переклад з англ. / З. А. Арене, Лоббек Дж. К.. – К.: «Фінанси і статистика», 2008. – 560 с.
2. Аудиторська палата України. Міжнародні стандарти контролю якості, аудиту, огляду, іншого надання впевненості та супутніх послуг: видання 2010 року, Ч. I / Переклад з англ.: Ольховікова О.Л., Селезньов О.В., Зеніна О.О., Гик О.В., Біндер С.Г. – К.: «МФБ і АПУ», 2010. – 841 с. – [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://www.apu.com.ua/index.php>.
3. Базилінська О.Я. Фінансовий аналіз теорія та практика: Навчальний посібник. – К.: «Центр учбової літератури», 2011. – 362 с.
4. Бутинець Ф. Ф. Бухгалтерський і фінансовий облік: підручник для студентів вузів спеціальності 7.050106 «Облік і аудит»: вид. 2-е, доп. і перероб. / Франц Францович Бутинець. – К.: «Кондор», 2012. – 912 с.
5. Жолнер О. Фінансовий облік за міжнародними та національними стандартами. Навч. посібник. – К.: Центр учбової літератури, 2012. – 368 с.
6. Закон України «Про аудит і аудиторську діяльність в Україні» від 22.04.1993 р. № 3125-ХІІ, зі змінами та доповненнями від 16.10.2012 № 5463-VI. – [Електронний ресурс]. – Режим доступу до сайту: <http://zakon4.rada.gov.ua/laws/show/3125-12>.
7. Закон України «Про бухгалтерський облік і фінансову звітність в Україні» від 16.07.1999 р. № 996-XIV, зі змінами та доповненнями. – [Електронний ресурс]. – Режим доступу до сайту: <http://zakon2.rada.gov.ua>
8. Крамаренко Г.О., Чорна О.Є. Фінансовий аналіз. Підручник. – К.: «Центр учбової літератури», 2008. – 392 с.
9. Лень В.С. Стандарти бухгалтерських обліку України: Навчальний посібник. – К.: «Центр учбової літератури», 2009. – 438 с.
10. Литвин Н.Б. Фінансовий облік (у контексті МСФЗ): Підручник. – К.: «Хай – Тек Пресс», 2010. – 315 с.

ПРОБЛЕМИ ОЦІНКИ РЕАЛЬНОСТІ ТА ДОСТОВІРНОСТІ ФІНАНСОВИХ ПЛАНІВ

За умов переходу до ринку зростає роль фінансового планування на рівні окремих господарських суб'єктів, оскільки діяльність підприємств, організацій пов'язана з певним економічним ризиком, тому обсяги доходів, витрат або втрат повинні бути попередньо розраховані за різними варіантами для прийняття оптимального рішення.

Ефективність фінансового планування як функція управління багато в чому залежить від того, якими принципами і методами планування керуються при складанні планів.

На практиці використовуються різні методи планування, починаючи від традиційних методів, як бюджетні, до більш складних – моделювання, розробка планів або окремих його розділів на основі теорії ігор і проектів сценаріїв.

Традиційно при плануванні доходів та витрат на підприємстві використовується підхід, коли по кожному виду доходів і витрат визначається вихідна базова величина за період, що передує плановому, а потім беручи до уваги фактори, що впливають на показники у плановому періоді, розраховують рівень, який планують досягти.

В процесі фінансового планування, можуть використовувати і інші економічних показників на плановий період. Зрозуміло, що для кожного суб'єкта фінансового планування характерні свої показники.

Але, динамічне ринкове середовище, обумовлює й те, що в більшості випадків окремі фінансові показники мають різну динаміку, обумовлену впливом внутрішніх і зовнішніх чинників, дію яких не завжди навіть можливо передбачити.

Тому, традиційні підходи до фінансового планування при їх використанні не дають можливості підприємствам в повній мірі здійснювати реальну оцінку фінансово-економічного потенціалу та ефективності процесу фінансового планування діяльності.

Що стосується визначення ефективності фінансового планування, то як правило, застосовується метод економічного аналізу, який дозволяє визначити ступінь виконання планових показників за минулий період шляхом порівняння їх з фактичними даними.

Цей метод дозволяє виявляти показники за якими відбулось невиконання плану, а за якими відбулося.

Але, якщо розглядати фінансове планування як процес, то майже відсутні критерії оцінки ефективності фінансового планування на підприємстві. Майже не досліджуються проблеми оцінки реальності та достовірності планів з метою збільшення доходів, визначення заходів щодо підвищення ефективності використання фінансових ресурсів, розрахунку очікуваного виконання плану.

Менеджери на підприємстві не зацікавлені складати напружені плани, а власники не завжди приймають участь в процесі здійснення фінансово-господарської діяльності і не можуть оцінити підготовлені плани.

Як відомо, головним призначенням фінансового планування на рівні певних господарських суб'єктів є розрахунки потреб у фінансових ресурсах, обсягу й напрямків їх використання, визначенні ефективності кожної фінансової операції й результатів діяльності такого суб'єкта. Тому ефективність фінансового планування на рівні суб'єктів господарювання оцінюється фінансовими показниками. Одним із головних показників є прибуток.

Але, показники ефективності діяльності та показники ефективності планування не можна ототожнювати. Перші можуть мати позитивне значення, навіть тоді, коли плани не напружені, наприклад, при умові, коли підприємство є монополістом, або має відповідний запас міцності.

Як відомо, економічна ефективність обумовлена відносним ефектом, тобто відношенням корисного результату до витрат. Таким чином, ефективність виступає як міра раціональності використання матеріальних, трудових і фінансових ресурсів.

Другим підходом, який використовують при оцінці фінансового планування є визначення та оцінка коефіцієнтів.

Аналіз ефективності фінансового плану на практиці можна проводити за допомогою визначення та оцінки коефіцієнтів. Відповідно до стандартів класифікації виділяють дві основні групи фінансових коефіцієнтів:

– коефіцієнти координації;

– коефіцієнти розподілу.

Коефіцієнти координації показують відношення між абсолютними фінансовими показниками, що мають різну економічну сутність, а також між їх комбінаціями.

Коефіцієнти розподілу показують, яку частку той чи інший абсолютний фінансовий показник становить від групи абсолютних фінансових показників, до якої він входить.

Але, необхідно зауважити, що питання визначення ефективності фінансового планування й досі залишається недостатньо дослідженими.

А недооцінка ролі, достовірності та обґрунтованості фінансових планів може призвести до поступової втрати підприємством ринкових позицій.

Література:

1. Маргасова В.Г. Оцінка ефективності фінансового планування акціонерного товариства в ринкових умовах господарювання. [Текст] / В.Г. Маргасова, А.В. Роговий, В.В. Виговська [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <https://scholar.google.com.ua/citations?user=iIjQABIAAAAJ&hl>.
2. Білик М.Д. Фінансове планування на підприємстві в сучасних умовах. [Текст] // М.Д. Білик. Фінанси України. – 2006. – № 4. – С. 133–141.

Коверза В. С.

кандидат економічних наук, доцент

Донецький університет економіки і торгівлі

імені Михайла Туган–Барановського

м. Кривий Ріг, Дніпропетровська область, Україна

ПРОБЛЕМАТИКА ПІДХОДІВ ДО СТРАТЕГІЧНОГО УПРАВЛІННЯ БАНКОМ

Одним з основних завдань, що стоять перед банківською системою України, є сприяння підвищенню ефективності виробництва, побудові соціально орієнтованої економіки, фундаментом якої є ефективне використання та розвиток суспільних економічних ресурсів. Водночас роль

банківської системи у розвитку економіки України значною мірою залежить від її фінансової стійкості.

Тому найважливішим напрямом зміцнення банківської системи України є зростання рівня концентрації банківського капіталу шляхом залучення коштів самих банків, їх клієнтів, капіталізацію їх прибутку.

Дослідженням теоретичних та практичних аспектів стратегічного управління діяльністю банків займалися такі зарубіжні та вітчизняні вчені-економісти як І. Ансофф, Б. Карлоф, Ж.-Ж Ламбен, М. Мескон, Г. Мінцберг, М. Портер, А. Томпсон, А. Стрікленд, А. Чандлер, Г. Блакита, О. Віханський, О. Кириченко, О. Ковтун, С. Козьменко, В. Немцов, В. Пономаренко, Ф. Шпиг та інші.

Проте, незважаючи на ґрунтовні наукові доробки в даному напрямку, в економічній літературі недостатньо уваги приділяється удосконаленню процесу стратегічного управління та підвищенню ефективності його впровадження на основі комплексного використання інструментів та основних положень наукових підходів до управління.

Метою статті є висвітлення інструментів та підходів до стратегічного управління банком на кожному з його етапів.

В науковій літературі існує велика кількість визначень поняття «стратегічне управління», що розкривають його сутність та особливості.

Так, наприклад, в роботі [1, с. 10-11] серед підходів до визначення стратегічного управління автор виокремлює процесний, функціональний, інституціональний та концептуальний підходи.

При цьому у сфері менеджменту стратегічне управління розглядається з позицій процесного, функціонального та інституціонального підходів у вузькому розумінні та в широкому – як результат використання концептуального.

Необхідно зауважити, що стратегічне управління передбачає зворотній зв'язок між його стадіями для можливого уточнення, доопрацювання результатів попередніх етапів; для успіху особливо важливими виявляються не лише процес розробки, адаптації і впровадження стратегії, але і процеси еволюції і трансформації стратегій залежно від зміни зовнішнього середовища [2, с. 86].

Кількість етапів стратегічного управління банком та їх зміст на практиці визначаються самостійно в кожній банківській установі. Проте в загальному

вигляді даних процес можна представити у вигляді трьох етапів: стратегічний аналіз, розробка стратегії та її реалізація.

Слід зазначити, що в практиці стратегічного менеджменту існує велика кількість інструментів, що рекомендуються для застосовування на тому чи іншому етапі управління. Тому з метою підвищення ефективності реалізації даної концепції вітчизняним банкам необхідно створювати методичне забезпечення вибору найбільш дієвих інструментів та поєднувати їх залежно від їх спрямованості, можливостей (інформації, ресурсів та технологій) та рівнів результативності їх використання.

Традиційно етап стратегічного аналізу передбачає аналіз зовнішнього та внутрішнього середовища банку, для реалізації якого найчастіше застосовуються технології SWOT та PEST-аналізів, модель конкурентних сил М.Портера, бенчмаркінг, ключові фактори успіху, різні експертні методи; на другому етапі оголошується бачення та місія банку, які визначають пріоритетні напрямки розвитку та цілі банку. До інструментів, що використовуються на даному етапі, відносяться: технологія «дерева цілей», модель Менделоу «зацікавлена особа» та інші.

Після визначення на двох попередніх етапах основних стратегічних напрямків діяльності, що деталізуються в конкретних цілях, формується набір стратегічних альтернатив, після чого проводиться їх оцінка та вибір найбільш перспективної та вигідної з економічної точки зору (для цього застосовується сценарний та портфельний аналіз, кількісні методи прогнозування, матричні методи) [3, с. 116].

Термін «підхід» означає сукупність прийомів, способів впливу на будь-кого, в дослідженні будь-чого, веденні справи і т. ін [4, с. 8]. Підходи в управлінні – це принципи, стилі, методи, форми і засоби управління, що склалися в основі практики, наукових знань, рівня розвитку фірми і історичних умов, що використовуються в менеджменті з певною ідеологією та наслідками. У кожного з наукових підходів своя ідеологія, свої наслідки і історичні умови розвитку. Всі вони використовуються в менеджменті на різних рівнях професіоналізму менеджерів і персоналу, рівнях розвитку фірми, залежно від соціально-економічного і політичного устрою країни [5, с. 80].

В цілому відомо більше 13 підходів до управління: комплексний, інтеграційний, маркетинговий, функціональний, динамічний, відтворю-

вальний, процесний, нормативний, кількісний, адміністративний, поведінковий, ситуаційний та системний [6].

Зважаючи на існування достатньо великої кількості підходів, положення яких можна застосовувати до стратегічного управління, в науковій літературі досліджуються та обґрунтовуються аспекти доцільності використання деяких з них або їх раціональні комбінації, в яких інтегрується два або більше підходів.

На практиці існує багато способів створення та оцінки альтернативних варіантів розвитку, кожен з них має свої особливості, залежить від специфіки діяльності банку та спирається на визначений інструментарій.

Обравши одну або декілька альтернатив, що можуть одночасно або в комплексі використовуватись, проводиться розробка стратегічного плану, написання детальних програм для його реалізації та здійснюється реалізація стратегії шляхом застосування таких сучасних та прогресивних інструментів як бюджетування, збалансована система показників (ЗСП), призма ефективності, модель EP2M та ін.

Наступним, одним із найважливіших етапів, є контроль за реалізацією стратегії та її оцінка. Постійний моніторинг виконання встановлених планових показників та ступеня реалізації відповідних заходів, що спрямовані на їх досягнення, дозволяє відстежувати відхилення в роботі, які в свою чергу можуть негативно вплинути на заплановані результати діяльності.

Оцінка стратегії спрямована на визначення рівня ефективності її реалізації та досягнення встановлених стратегічних цілей. Проте, ідеального перебігу запланованого процесу реалізації стратегії на практиці не існує.

Це пов'язано з тим, що вплив непередбачуваних факторів зовнішнього середовища може значною мірою сприяти виявленню латентних цілей банківської установи та переорієнтації її стратегії. Корегування стратегії може відбуватися декілька разів, носить ітеративний характер та здійснюється до тих пір, поки стратегія не буде задовольняти очікування вищого керівництва та менеджерів і відповідати тенденціям розвитку ринку банківських послуг. Для підвищення ефективності реалізації даного етапу в науковій літературі пропонується використовувати технологію управління за цілями, матричні та експертні методи, ЗСП та ін.

В цілому, можна зробити висновок, що правильний підбір інструментів та їх раціональне поєднання, сприятиме ефективній реалізації кожного з етапів стратегічного управління банком та дозволить підвищити якість управлінських рішень в цілому.

Література:

1. Пастухова, В.В. Стратегічне управління підприємством: філософія, політика, ефективність [Текст]: моногр. / В.В. Пастухова. – К.: КНТЕУ, 2002. – 301 с.
2. Корзенков, Д.Є. Основні вимоги до формування системи стратегічного управління підприємством [Текст] / Д.Є. Корзенков // Академічний огляд. – 2011. – № 1 (34). – С. 83-88.
3. Безродна О.С. Розподіл інструментів та підходів до стратегічного управління банком за його етапами [Текст] / О.С. Безродна // Економіка та управління підприємствами машинобудівної галузі: проблеми теорії та практики, 2012, № 4 (20).
4. Сурмин, Ю.П. Теория систем и системный анализ [Текст]: учебное пособие / Ю.П. Сурмин. – К.: МАУП, 2003. – 368 с.
5. Виноградова, О.В. Еволюція наукової думки щодо процесного підходу [Текст] / О.В. Виноградова, С.В. Філіна // Економіка Крима. – 2011. – № 2 (35). – С. 78-83.
6. Степанова, Г.Н. Стратегический менеджмент. Планирование на предприятии [Текст]: учебное пособие / Г.Н. Степанова. – М.: Издательство МГУП, 2001. – 136 с.

Раховська І. О.

магістрант факультету управління,
адміністрування та інформаційної діяльності

*Ізмаїльський державний гуманітарний університет
м. Ізмаїл, Одеська область, Україна*

ІНФОРМАЦІЙНЕ ЗАБЕЗПЕЧЕННЯ ФІНАНСОВОГО АНАЛІЗУ

Одним з найважливіших факторів, які впливають на ефективність проведення фінансового аналізу й прийняття управлінських рішень є інформаційне забезпечення.

Фінансова інформація, що відображає виробничо-господарську діяльність підприємства, є системою показників про рух грошових коштів. Така система вивчається як зовнішніми, так і внутрішніми користувачами в процесі фінансового аналізу, планування і ухвалення рішень [1].

Одним з найважливіших факторів, які впливають на ефективність проведення фінансового аналізу й прийняття управлінських рішень є інформаційне забезпечення.

У міжнародній та національній практиці фінансова звітність базується на принципах:

- відкритості інформації;
- зрозумілості фінансової звітності особам, які приймають ділові рішення на її підставі;
- корисності, значущості та вірогідності;
- точності й коректності, що дає можливість адекватно інтерпретувати фінансову звітність [2].

Як бачимо, більшість принципів фінансового аналізу спираються на якісне інформаційне забезпечення.

Джерелом інформації для аналізу фінансового стану є результати системи бухгалтерського обліку та робочі документи підприємства, які складають інформаційні потоки, тобто базу для формування результатів аналізу. Ця документація містить узагальнену інформацію про майно та зобов'язання підприємства, яка формується завдяки документальному обліку всіх господарських операцій.

Базовим джерелом для аналізу фінансового стану науковці вважають фінансову звітність. Згідно Закону України «Про бухгалтерський облік та фінансову звітність в Україні» фінансова звітність – звітність, що містить інформацію про фінансовий стан та результати діяльності підприємства [3].

Фінансова звітність підприємств має ряд переваг:

- єдині державні вимоги до форм звітності всіх господарських суб'єктів певної форми власності дозволяють використовувати єдині методи розрахунку показників і забезпечують можливість порівнювати дані;
- відкритість (фінансова звітність не є комерційною таємницею) сприяє тому, що використовувати звітність для оцінки підприємств можуть і внутрішні і зовнішні користувачі;
- обов'язковість ведення документації підприємствами не накладає додаткових витрат на проведення аналізу будь-якими зацікавленими в ньому суб'єктами [3].

Окрім фінансової звітності встановленого зразка, обов'язкового переліку, для аналізу фінансового стану підприємства повинна залучатися внутрішня нормативна, планова інформація; дані інвестиційних та фінансових програм і проектів; зведених і окремих кошторисів; певні розрахунки і калькуляції. Тобто інформація, яка є результатом управлінського обліку та будується індивідуально на кожному підприємстві. Склад показників, які використовують в управлінському обліку, регулярність їх розрахунку та

подання визначаються конкретними задачами фінансового менеджменту певного підприємства. Результати управлінського обліку використовуються для контролю поточної фінансової діяльності й оцінки її ефективності, формування фінансової стратегії і політики з окремих аспектів фінансового розвитку підприємства. Саме ця інформація дає змогу виявити відхилення фактично досягнутих значень фінансових показників від запланованого рівня. Документи, що є результатом внутрішнього управлінського обліку містять більш деталізовану інформацію ніж фінансова звітність, що, в свою чергу, дозволяє одержати додаткові аналітичні дані та підготувати більш обґрунтовані висновки, тим самим, значно розширити межі дослідження та підвищити результативність фінансового аналізу. Ще однією вагомою перевагою використання внутрішньої звітної інформації для проведення аналізу фінансового стану є оперативність, яка виявляється в можливості його проведення щомісяця.

Однак, в ринкових умовах господарювання, які швидко змінюються, для проведення якісного та детального фінансового аналізу потрібно використовувати не тільки обов'язкові та додаткові внутрішні джерела інформації, а й зовнішні, які поділяються на три основні групи:

1. показники, за допомогою яких характеризують макроекономічний розвиток країни;
2. показники, що характеризують кон'юнктуру фінансового ринку;
3. показники, які характеризують діяльність контрагентів і конкурентів [1].

Отже, якісне інформаційне забезпечення аналізу фінансового стану повинно включати не лише дані фінансової звітності, а й всі необхідні дані із зовнішніх і внутрішніх інформаційних джерел. Це дасть змогу покращити якість вихідних аналітичних даних, що необхідні для прийняття ефективних управлінських рішень на підприємстві.

Література:

1. Інформаційне забезпечення фінансового управління. URL: https://pidruchniki.com/18670317/finansii/informatsiyne_zabezpechennya_finansovogo_upravlinnya (дата звернення 04.09.2018).
2. Оцінка фінансової звітності як основа прийняття фінансових рішень URL: https://studopedia.com.ua/1_169937_otsinka-finansovoi-zvitnosti-yak-osnova-priynyattya-finansovih-rishen.html (дата звернення 05.09.2018).
3. Закон України «Про бухгалтерський облік та фінансову звітність в Україні». URL: <http://zakon.rada.gov.ua/laws/show/996-14> (дата звернення 06.09.2018).

СЕКЦІЯ 6. БУХГАЛТЕРСЬКИЙ ОБЛІК, АНАЛІЗ ТА АУДИТ

Колосова О. В.

студентка

*Дніпропетровський національний університет залізничного транспорту
імені академіка Лазаряна
м. Дніпро, Україна*

МІГРАЦІЯ УКРАЇНЦІВ ЯК ЗАСІБ ЕКОНОМІЧНОГО ЗНИЩЕННЯ НАЦІЇ

На сьогоднішній день міграційна ситуація в Україні досягла кризового стану. За даними Центру економічної стратегії за останні роки країну залишило близько 8 мільйонів українців і з кожним місяцем ця цифра зростає. Люди від'їжджають у пошуках фінансової стабільності для своїх сімей, оскільки рівень заробітної плати в Україні залишає бажати кращого. Багато підприємств припинили своє існування внаслідок війни на сході; різко знизився експорт та імпорт продукції; збільшився національний борг.

Найбільш популярними напрямками зовнішньої міграції українців є Польща та Росія, причому з 2014 року спостерігається переорієнтація мігрантів з Росії на Польщу. Кількість мігрантів, які виїжджали на заробітки у західному напрямку, за 2014–2016 роки зросла утричі, якщо судити за даними Євростату про кількість уперше виданих українцям дозволів на працевлаштування у країнах ЄС. Хоча така динаміка може свідчити про часткову легалізацію нелегальних мігрантів [1, с. 144].

Масова еміграція за рубіж спричиняє відтік робочої сили і погіршує стан країни. Проте влада не вдається до заходів щоб хоч якось зупинити цей процес. Навпаки, вона створює умови для того, щоб ще більша кількість людей залишала Україну.

Так, наприклад, уряд планує з травня наступного року змінити систему оплати комунальних послуг: якщо раніше люди платили тільки за використану електроенергію, газ і воду, то з середини 2019 року вони будуть повинні платити за ці послуги навіть тоді, коли вони не надаються, тобто у випадках, коли не має світла, газо- або водопостачання. Окрім цього

вирішується питання щодо працюючих пенсіонерів, а саме якщо на сьогоднішній день пенсіонер має право працювати і отримувати і заробітну плату, і пенсію, то ближнього часу може бути так, що пенсіонери матимуть можливість або працювати і отримувати тільки заробітну плату, або виходити на пенсію без права на подальшу роботу. Цей законопроект наразі ще знаходиться у розробці, проте він може бути затверджений найближчим часом. Таким чином, людям не залишають вибору, адже забезпечити себе та своїх рідних – першочергова задача кожного [2, с. 60].

В розвинених країнах Європи завжди цінувалися талановиті люди, які впроваджували в науку нові винаходи, виготовляли дієві ліки, конструювали техніку та удосконалювали технології виробництва. Їм створювалися умови для подальшого розвитку своєї діяльності, інвестувалися кошти, пропонувалися вигідні умови співпраці. Багато українських винахідників вже емігрували за кордон і створили кар'єру, адже на батьківщині їм нічого не було запропоновано. Така політика уряду призвела до того, що країна на сьогоднішній день відстає у розвитку порівняно з іншими державами, а в деяких галузях взагалі стоїть на місці [3, с. 125].

Для того, щоб Україна залишилася повноцінною державою зі своїм працездатним населенням вкрай необхідно вже сьогодні почати розробку політики щодо повернення людей до країни. На мою думку, звернути увагу потрібно перш за все на сільське господарство, яке є одним із самих пріоритетних напрямків діяльності країни, налагодити експорт продукції в цій сфері для отримання майбутньої вигоди, а також підіймати занедбані і створювати нові підприємства для того, щоб люди мали робочі місця [4, с. 90].

Література:

1. Баб'як Г. П. Демографічні чинники та їх вплив на відтворення трудового потенціалу України / Г.П.Баб'як // Соціально-трудові відносини: теорія та практика. – 2014. – № 1. – С. 366.
2. Позняк О. В. Зовнішня міграція громадян України за роки незалежності України: виклики державотворення. –2016. – № 17. – С. 253.
3. Чайка Г. В. Українська трудова міграція: «нова діаспора» чи остаточна втрата для країни? / Г. В. Чайка, А. С. Корчак // Науковий вісник БДФА. Серія: Гуманітарні науки: зб. наук. праць / МФУ, БДФА; гол. ред. В. В. Прядко. – Чернівці: БДФА, 2015. – Вип. 2. – С. 296.
4. Малиновська О. А. Мігранти, міграція та Українська держава: аналіз управління зовнішніми міграціями. – К., 2014. – С. 299.

СЕКЦІЯ 7. МАТЕМАТИЧНІ МЕТОДИ, МОДЕЛІ ТА ІНФОРМАЦІЙНІ ТЕХНОЛОГІЇ В ЕКОНОМІЦІ

Головій Ю. А.

аспірант кафедри міжнародної економіки,
політичної економії та управління

*Національна металургійна академія України
м. Дніпро, Україна*

АНАЛІТИЧНИЙ ОГЛЯД ІСНУЮЧИХ МЕТОДІВ ОЦІНЮВАННЯ РИЗИКІВ У СТРАХУВАННІ

В умовах формування якісно нових ознак у галузі страхування, що здійснюється за обставин динамічної зміни зовнішніх та внутрішніх факторів навколишнього середовища, страховики змушені враховувати всі види ризиків, що здійснюють прямий чи посередній вплив на фінансовий стан страхових компаній. Питання оцінки ризиків страхування та проблема відсутності методики оцінки різних видів ризику функціонування страхових компаній України є, нажаль, одними з найменш досліджених у страховій діяльності, що стає передумовою вибору оптимального методу аналізу для вибору стратегії управління стійкістю страхових компаній.

Теоретичне підґрунтя у дослідженнях сутності страхового ризику сформували такі науковці, як А. Сміт, Дж. М. Кейнс, Дж. Мілль, та ін.

У страховій діяльності під поняттям «ризик» прийнято розуміти можливість настання несприятливої події, пов'язаної з різноманітними видами втрат [1, с. 82].

Оцінювання ризиків полягає у визначенні кількісним або якісним способом ступеня ризику. За якісного оцінювання визначають можливі види ризику та чинники, що впливають на рівень ризику внаслідок здійснення певного виду діяльності. Кількісна оцінка ризику знаходить своє відображення у тарифних ставках, обсязі капіталу, зваженого на ризики [2, с. 222].

Існує багато підходів до ідентифікації різноманітних видів ризиків. І найбільш відомими є такі методи, як: метод індивідуальних оцінок, метод середніх величин, метод процентів.

Метод індивідуальних оцінок застосовується лише щодо ризиків, які неможливо зіставити з середнім типом ризику [3, с. 56]. Цей метод побудований на використанні професійного досвіду та інтуїції фахівців.

Метод середніх величин досліджує типові ознаки якісно однорідних явищ та вимірює їх коливання навколо середнього рівня розвитку. Для оцінки ризику передбачається розмежування окремих ризикових груп на більш дрібні підгрупи з метою створення аналітичної бази для визначення ризику [3, с. 56].

Метод процентів, що також належить до групи методів статистичного аналізу, визначають як сукупність надлишкових та від'ємних відхилень від середнього ризикового типу наявної аналітичної бази [3, с. 56].

Також вагоме місце у арсеналі методів займають аналітичні методи, а саме: метод абсолютних показників, метод відносних показників, метод аналізу чутливості, метод доцільності затрат [4, с. 45-58].

Розповсюдженими у страховій галузі є і економіко-математичні та деякі статистичні методи, застосування яких дозволяє кількісно оцінюючи значення ризику і ринкової невизначеності, вибрати найбільш ефективне (оптимальне) рішення. Завдяки ним можна імітувати різні ризикові ситуації і оцінювати наслідки при виборі рішень програмування ризику з метою найкращого управління ризиком на основі скорочення невизначеності [5, с. 56].

Звичайну статистичну модель можна представити у вигляді нерівності:

$$Q_i = u + D - X, \quad (1)$$

де Q – страховий фонд на кінець періоду, що розглядається;

u – початковий капітал страхової компанії;

$D = d \cdot N$, де d – страхова премія, що виплачена компанії одним страхувальником за умов рівності величини премій по всім договорам страхування, або в більш загальному випадку $D = \sum_{i=1}^N d_i$.

Сумарна величина виплат за договорами страхування визначається, як:

$$X = \sum_{i=1}^N X_i. \quad (2)$$

У моделях індивідуального ризику випадкові величини X_1, \dots, X_N незалежні, (тобто виключаються випадки, коли одночасно за декількома договорами настають страхові випадки), невід'ємні, обмежені та однаково розподілені.

Динамічна модель фінансового стану страхової компанії виглядає наступним чином:

$$Q_2 = u + \Pi(t) - \sum_{i=1}^{N(t)} X_i \quad (3)$$

Де $\Pi(t)$ – величина премії, отриманої на момент $t > 0$. Або, інакше,

$$Q_2 = u + W(t) = u + c \cdot t - \sum_{i=1}^{N(t)} X_i, \quad (4)$$

де $W(t)$ – випадкова величина перевищення доходів над витратами,

$N(t)$ – випадковий процес кількості страхових випадків, що сталися на момент часу t . Тоді, випадковий процес має вигляд:

$$W(t) = c \cdot t - \sum_{i=1}^{N(t)} X_i \quad (5)$$

У практиці розрахунків використовуються біноміальний, пуассонів і геометричний розподіли кількості вимог [6, с. 129]. Для моделювання кількості позовів N доцільно використовувати біноміальний розподіл у випадку, коли для всіх договорів деякого портфеля страхова подія може реалізуватися за час дії договору тільки один раз і вірогідність того, що воно відбудеться, однакова для всіх і дорівнює q . Загальна дискретна випадкова величина N з параметрами q і n , $q \in (0,1)$, що позначає кількість позовів визначається:

$$p_i = P(N = i) = C_i^n q^i (1 - q)^{n-i}, \quad (6)$$

Перші два моменти (середнє значення і дисперсія) мають вигляд відповідно $EN = nq$, і $VarN = nq(1 - q)$. А пуассонівський розподіл має доцільність тоді, коли за договором може бути кілька виплат, тобто $q =$ кількість виплат, віднесених до кількості договорів. У разі, якщо середнє число виплат nq за даний період є деяким постійним числом λ , бо в багатьох випадках кількість договорів є великою, а вірогідність страхового випадку q малою, то біноміальний розподіл можна наблизити наступним чином:

$$p_k = P(N = k) = \frac{\lambda^k e^{-\lambda}}{k!}, k = 0, 1, 2, \dots \quad (7)$$

В цьому випадку середнє значення $EN = \lambda$, і дисперсія $VarN = \lambda$ однакові.

Методи нечіткої логіки також не можна залишити без уваги, бо вони дають змогу наблизити модель до міркувань людини в процесі прийняття й

обґрунтування рішень з використанням лінгвістичних змінних, функції приналежності, нечітких відношень, нечіткої імплікації та нечітких висновків. Теорія нечіткої логіки дозволяє отримати більшу кількість значень змінної порівняно з експертним методом, при цьому кожна змінна має визначену множину лінгвістичних значень [7].

Один з інструментів математичного моделювання та прогнозування, що дає змогу відобразити в моделі причинно-наслідкові зв'язки між різними чинниками ризику і змінами середовища і допомагають визначити ймовірності настання тієї чи іншої ситуації при отриманні нової інформації стосовно зміни стану будь-якого вузла (змінної) мережі є – Байєсівські мережі [8, с. 81-88].

Також розповсюдженими залишаються три типи невизначених чисел: випадкові числа [9, с. 217], що задаються деякими імовірнісними розподілами їх можливих значень (вивчаються в теорії ймовірностей), нечіткі числа, що задаються лінгвістично сформульованими розподілами їх можливих значень (теорія нечітких множин) і інтервальні числа [10, с. 15], які задаються інтервалами їх можливих значень без вказівки будь-якого розподілу можливих значень числа всередині заданого інтервалу (вивчаються в інтервальній математиці) [10, с. 31].

У результаті аналізу існуючих підходів до забезпечення фінансової стійкості страхових компаній можна зробити висновок, щодо систематизації основних теоретико-методологічних засад сучасних методів оцінювання ризиків у діяльності страхових компаній. Це допоможе обрати найбільш доцільний метод розрахунку страхового ризику, з'ясувавши клас приналежності ризику та оцінку розподілів вірогідності втрат і кількості випадків, що визначають ризик.

Література:

1. Бланк И.А. Финансовый менеджмент: Учебный курс. – К.: Ника-Центр. Эльга, 2001. – 528 с.
2. Зоріна О.А. Методи аналізу фінансових ризиків / О.А. Зоріна // Проблеми теорії та методології бухгалтерського обліку, контролю і аналізу: зб. наук. праць. – 2011. – Вип. 2(20). – С. 221-229.
3. Козьменко О. В. Актуарні розрахунки: навчальний посібник / О. В. Козьменко, О. В. Кузьменко. – Суми: Університетська книга, 2014. – 224 с.
4. Бідюк П.І. Імовірнісне моделювання операційних актуарних ризиків / П.І. Бідюк, О.А. Кожухівська // Вісник Національного технічного університету України

- «Київський політехнічний інститут». – Сер.: Економічні науки. –К.: Вид-во НТУУ «КПІ». – 2013. – № 2(88). – С.45-58.
5. Економічний ризик: методи оцінки та управління [Текст]:навч. посібник / [Т. А. Васильєва, С. В. Леонов, Я. М. Кривич та ін.]; під заг. ред. д-ра екон. наук, проф. Т. А. Васильєвої, канд. екон. наук Я. М. Кривич. – Суми: ДВНЗ «УАБС НБУ», 2015. – 208 с.
 6. Руденко В. М. Математична статистика. Навч. посіб. – К.: Центр учбової літератури, 2012. – 304 с.
 7. Штовба С.Д. Введение в теорию нечетких множеств и нечеткую логику / С.Д. Штовба. [Электронный ресурс]. – Доступный с http://matlab.exponenta.ru/fuzzylogic/book1/1_7.php.
 8. Згуровский М.З. Методы построения байесовских сетей на основе оценочных функций / М.З. Згуровский, П.И. Бидюк, А.Н. Терентьев // Кибернетика и системный анализ: сб. науч. тр. – 2008. – № 2. – С. 81-88.
 9. Феллер В. Введение в теорию вероятностей и ее приложения. М.: Мир. Т. 1. 1964. 500 с; Т. 2. 1967. 752 с.
 10. Алефельд Г. Херцбергер Ю. Введение в интервальные вычисления. М.: Мир, 1987. 360 с.

ЗБІРНИК МАТЕРІАЛІВ
ВСЕУКРАЇНСЬКОЇ НАУКОВО-ПРАКТИЧНОЇ
КОНФЕРЕНЦІЇ

**«ЕКОНОМІКА, УПРАВЛІННЯ, ФІНАНСИ:
ПРОБЛЕМИ ТА ПЕРСПЕКТИВИ РОЗВИТКУ»**

м. Київ, 15 вересня 2018 року

Редактор, коректор – А.В. Білий
Технічний редактор, комп'ютерна верстка – О.А. Головко

Видано за авторською редакцією.
Здано в роботу 19.09.2018 р. Підписано до друку 20.09.2018 р.
Формат 60x84/16. Папір офсетний. Гарнітура Times New Roman.
Цифровий друк. Ум.-друк. арк. 6,05. Зам. № 1809-54. Тираж 100 прим.
Ціна договірна.

Віддруковано з готового оригінал-макету: ФОП Головко О.А.
Моб.тел: +38 099 414 86 36

Printed in Ukraine