

**ЧЕРНІВЕЦЬКИЙ ТОРГОВЕЛЬНО-ЕКОНОМІЧНИЙ ІНСТИТУТ
КИЇВСЬКОГО НАЦІОНАЛЬНОГО ТОРГОВЕЛЬНО-
ЕКОНОМІЧНОГО УНІВЕРСИТЕТУ**



*Збірник
студентських
наукових праць*

Випуск XXIV

Чернівці, 2019

Збірник студентських наукових праць Чернівецького торговельно-економічного інституту КНТЕУ. – Випуск XXIV. – Чернівці, 2019. – 159 с.

До збірника наукових праць увійшли статті, які містять результати студентських досліджень у галузі економіки та управління підприємствами, менеджменту, маркетингу, фінансів, банківської справи та страхування, обліку тощо.

Відповідальність за достовірність фактів, статистичної інформації, власних імен, цитат та інших відомостей, наданих у рукописах, несуть автори публікацій.

© ЧТЕІ КНТЕУ, 2019

Підписано до друку 24.06.2019 р.

Зміст

Економіка та управління підприємствами

БАЖАН О., 2 курс, спеціальність «Облік та оподаткування» наук. кер. Вудвуд В. В. МОТИВАЦІЯ ТА СТИМУЛЮВАННЯ ТРУДОВОЇ ДІЯЛЬНОСТІ ПЕРСОНАЛУ НА ПІДПРИЄМСТВІ	8
ДЕРЧИК Я., 1 курс, спеціальність «Менеджмент», спеціалізація «Менеджмент організацій торгівлі» наук. кер. Долга Г.В. МОТИВАЦІЯ УПРАВЛІНСЬКОГО ПЕРСОНАЛУ ТА ЇЇ ВПЛИВ НА ЕФЕКТИВНУ ДІЯЛЬНІСТЬ ПІДПРИЄМСТВА	10
ДЖУРОВЕЦЬ (РОМАНЧУК) А., 3 курс, спеціальність «Облік і оподаткування» наук. кер. Хитрова О.А. ЕФЕКТИВНІ МЕТОДИ МОТИВАЦІЇ І СТИМУЛЮВАННЯ ПЕРСОНАЛУ ТА ШЛЯХИ ЇХ УДОСКОНАЛЕННЯ	12
КРИЖАНОВСЬКА Є., 3 курс, спеціальність «Менеджмент», спеціалізація «Менеджмент організації торгівлі» наук.кер. Урсакій Ю.А. АНТИКРИЗОВА ПСИХОЛОГІЯ ДІЛОВОГО СПІЛКУВАННЯ В УПРАВЛІННІ	14
КРИЖАНОВСЬКА Є., 3 курс, спеціальність «Менеджмент організації торгівлі» наук. кер. Вудвуд В.В. СУТНІСТЬ ТА НАПРЯМКИ ЗАБЕЗПЕЧЕННЯ ПЛАТОСПРОМОЖНОСТІ ПІДПРИЄМСТВ В УМОВАХ КРИЗИ	18
САЛАМАХА О., 1 курсу, спеціальність «Менеджмент» наук. кер. Долга Г.В. ВИКОРИСТАННЯ ФУНКЦІОНАЛЬНОГО ТА ПРОЦЕСНОГО ПІДХОДІВ УПРАВЛІННЯ В ДІЯЛЬНОСТІ ПІДПРИЄМСТВА	22
ЧОРНЕЙ І., 1 курс, спеціальність «Фінанси, банківська справа та страхування» наук. кер. Вудвуд В.В. ФОРМУВАННЯ І ВИКОРИСТАННЯ ОБОРОТНОГО КАПІТАЛУ ПІДПРИЄМСТВА	24

Маркетинг

БАЙДЮК Д., 4 курс, спеціальність «Маркетинг» наук. кер. Лошенко О.В. ПРОДАКТ ПЛЕЙСМЕНТ ЯК СУЧАСНИЙ МАРКЕТИНГОВИЙ ІНСТРУМЕНТ	28
ВОЙЦИХ С., 4 курс, спеціальність «Маркетинг» наук. кер. Лошенко І.Р. МЕРЧАНДАЙЗИНГ ЯК ОСНОВНИЙ ІНСТРУМЕНТ СТИМУЛЮВАННЯ ПРОДАЖУ ТОВАРІВ	30
ЗОЛОТАРЧУК І., 4 курс, спеціальність «Маркетинг» наук. кер. Лошенко О.В. ПЕРЕВАГИ ТА НЕДОЛІКИ ВИКОРИСТАННЯ PRODUCT PLACEMENT В УКРАЇНСЬКОМУ КІНО	33
ЛОЗИЦЬКА О., 3 курс, спеціальність «Маркетинг» наук. кер. Жалба І.О. РЕКЛАМА В СОЦІАЛЬНИХ МЕРЕЖАХ	35
ПАТРАШ Н., 3 курс, спеціальність «Підприємництво, торгівля та біржова діяльність» наук. кер. Лошенко І.Р.	37

ОСОБЛИВОСТІ КОЛЬОРОВОЇ КОМПОЗИЦІЇ УПАКОВКИ ТА ЇЇ ВПЛИВ НА СПРИЙНЯТТЯ ТОВАРІВ

ПАЩИН Р., 3 курс, спеціальність «Маркетинг»

наук. кер. Хотинь Л.В.

ВІЗУАЛЬНИЙ МЕРЧАНДАЙЗИНГ, ЯК ОДИН ІЗ ОСНОВНИХ ВИДІВ ПРОДАЖУ ТОВАРІВ

39

ОНОФРІЙЧУК І., 4 курс, спеціальність «Менеджмент організації торгівлі», спеціалізація «Менеджмент»

наук. кер. Жалба І. О.

ЧОРНИЙ PR – ЯК ІНСТРУМЕНТ КОНКУРЕНТНОЇ БОРОТЬБИ

42

ШИБЕНЮК П., 4 курс, спеціальність «Підприємництво, торгівля та біржова діяльність»

наук. кер. Лошенко О.В.

ОПТИМІЗАЦІЯ ЛАНЦЮГІВ ПОСТАЧАННЯ ТОВАРІВ У МІЖНАРОДНІЙ ЛОГІСТИЦІ

44

Фінанси, банківська справа та страхування

БАНАР А., 1 курс, спеціальність «Фінанси і кредит», спеціалізація «Державні фінанси»

наук. кер. Томнюк Т.Л.

АКЦИЗНИЙ ПОДАТОК ЯК ФОРМА СПЕЦИФІЧНИХ АКЦИЗІВ

48

БАТІЄВСЬКА О., 1 курс, спеціальність «Фінанси, банківська справа та страхування», спеціалізація «Державні фінанси»

наук. кер. Томнюк Т.Л.

ОПОДАТКУВАННЯ ДОХОДІВ ФІЗИЧНИХ ОСІБ В УКРАЇНІ ТА ШЛЯХИ ЙОГО УДОСКОНАЛЕННЯ

51

БАТІЄВСЬКА О., 1 курс, спеціальність «Фінанси, банківська справа та страхування», спеціалізація «Державні фінанси»

наук. кер. Юрій С.М.

ОСОБЛИВОСТІ ФОРМУВАННЯ МІСЦЕВИХ БЮДЖЕТІВ УКРАЇНИ В УМОВАХ ДЕЦЕНТРАЛІЗАЦІЇ

54

БОЙЧУК І., 4 курс, спеціальність «Фінанси, банківська справа і страхування», спеціалізація «Державні фінанси»

наук. кер. Юрій С.М.

ЕКОНОМІЧНІ НАСЛІДКИ ДЕРЖАВНОГО БОРГУ УКРАЇНИ

56

ГИРШКАН Р., 4 курс, спеціальність «Фінанси, банківська справа та страхування», спеціалізація «Банківська справа»

наук. кер. Ковалевич Д. А.

КОНТРОЛЬ ОПЕРАЦІЙ З ДЕРЖАВНИМИ ЦІННИМИ ПАПЕРАМИ В БАНКІВСЬКІЙ СИСТЕМІ

59

ГРИФЛЮК Т., 2 курс, спеціальність «Фінанси, банківська справа та страхування», спеціалізація «Державні фінанси»

наук.кер. Вудвуд В. В.

СИСТЕМА СОЦІАЛЬНОГО ЗАХИСТУ НАСЕЛЕННЯ В УКРАЇНІ: ПОНЯТТЯ, СУТНІСТЬ, ВИДИ ТА ДЕРЖАВНІ СОЦІАЛЬНІ ГАРАНТІЇ

63

ЛЬВОВ Л., 1 курс, спеціальність «Фінанси, банківська справа та страхування»

наук. кер. Вудвуд В.В.

УПРАВЛІННЯ СТРУКТУРОЮ АКТИВІВ З МЕТОЮ ЇХ ОПТИМІЗАЦІЇ

66

ПАЛАНИЧКО М., 2 курс, спеціальність «Фінанси, банківська справа і страхування», спеціалізація «Державні фінанси»

наук. кер. Каспрук А.Ю.

МЕДИЧНЕ СТРАХУВАННЯ ТУРИСТІВ, ЯКІ ВИЇЗДЖАЮТЬ ЗА КОРДОН

69

ПАЛАНИЧКО М., 2 курс, спеціальність «Фінанси, банківська справа і страхування», спеціалізація «Державні фінанси» наук. кер. Ковалевич Д.А.	71
ПРОБЛЕМИ ТА ШЛЯХИ ВДОСКОНАЛЕННЯ КАЗНАЧЕЙСЬКОГО ОБСЛУГОВУВАННЯ ДЕРЖАВНОГО ТА МІСЦЕВИХ БЮДЖЕТІВ УКРАЇНИ	
ПЕТРУШКО К., БЛИЗНЮК Л., 4 курс, спеціальність «Фінанси, банківська справа та страхування», спеціалізація «Державні фінанси» наук. кер. Юрій С.М.	75
КОНТРОЛЬ ВИКОРИСТАННЯ ФІНАНСОВИХ РЕСУРСІВ ДЕРЖАВИ З БОКУ КАЗНАЧЕЙСТВА УКРАЇНИ ТА ШЛЯХИ ЙОГО ВДОСКОНАЛЕННЯ	
ПОПОВА Е., 3 курс, спеціальність «Фінанси, банківська справа та страхування» наук. кер. Каспрук А.Ю.	77
ОСОБЛИВОСТІ РОЗВИТКУ СТРАХУВАННЯ ПРОФЕСІЙНОЇ ВІДПОВІДАЛЬНОСТІ В УКРАЇНІ	
РОМАНОВ О., ШВЕД М., 4 курс, спеціальність «Фінанси і кредит», спеціалізація «Державні фінанси» наук. кер. Юрій С.М.	80
СУТНІСТЬ ТА ПРИЧИНИ УТВОРЕННЯ ДЕРЖАВНОГО БОРГУ	
РУДЬКО А., 3 курс, спеціальність «Фінанси, банківська справа та страхування», спеціалізація «Державні фінанси» наук. кер. Каспрук А.Ю.	82
ОСОБЛИВОСТІ ФУНКЦІОНУВАННЯ РИНКУ СТРАХУВАННЯ ЖИТТЯ В УКРАЇНІ	
СИТНИК Я., 2 курс, спеціальність «Фінанси, банківська справа та страхування», спеціалізація «Державні фінанси» наук. кер. Каспрук А. Ю.	85
МАЙНОВЕ СТРАХУВАННЯ В УКРАЇНІ	
СИТНИК Я., 2 курс, спеціальність «Фінанси, банківська справа та страхування», спеціалізація «Державні фінанси» наук. кер. Ковалевич Д.А.	87
КАЗНАЧЕЙСЬКЕ ВИКОНАННЯ ВИДАТКОВОЇ ЧАСТИНИ ДЕРЖАВНОГО БЮДЖЕТУ УКРАЇНИ	
СТАНЧАК В., 2 курс, спеціальність «Фінанси, банківська справа і страхування», спеціалізація «Державні фінанси» наук. кер. Ковалевич Д.А.	90
ОСОБЛИВОСТІ КАЗНАЧЕЙСЬКОГО ОБСЛУГОВУВАННЯ ДЕРЖАВНОГО ТА МІСЦЕВИХ БЮДЖЕТІВ ЗА ДОХОДАМИ	
СТЕЛЬМАХ Я., 3 курс, спеціальність «Фінанси, банківська справа та страхування», спеціалізація «Державні фінанси» наук. кер. Каспрук А. Ю.	93
СУЧАСНИЙ СТАН РИНКУ АВТОТРАНСПОРТНОГО СТРАХУВАННЯ В УКРАЇНІ: ПРОБЛЕМИ ТА ПЕРСПЕКТИВИ	
ТЕРЕН В., 1 курс, спеціальність «Фінанси, банківська справа та страхування», спеціалізація «Державні фінанси» наук. кер. Томнюк Т. Л.	95
ВПЛИВ СПРОЩЕНОГО РЕЖИМУ ОПОДАТКУВАННЯ НА ФОРМУВАННЯ ДОХІДНОЇ ЧАСТИНИ БЮДЖЕТУ МІСТА ЧЕРНІВЦІ	
ЩАВІНСЬКА О., 4 курс, спеціальність «Фінанси, банківська справа та страхування», спеціалізація «Банківська справа» наук. кер. Ковалевич Д. А.	98
ІНОЗЕМНИЙ ДОСВІД ЗДІЙСНЕННЯ ПАСИВНИХ ОПЕРАЦІЙ В КОМЕРЦІЙНИХ БАНКАХ	

БУЛАВА І. , 1 курс, спеціальність «Облік і оподаткування» наук. кер. Багрій К.Л.	101
ІСТОРИЧНИЙ РОЗВИТОК СИСТЕМИ БУХГАЛТЕРСЬКОГО ОБЛІКУ	
ГАЛАН Н. , 1 курс, спеціальність «Облік і оподаткування» наук. кер. Багрій К.Л.	103
ПОНЯТТЯ УПРАВЛІНСЬКОГО ОБЛІКУ ТА ЙОГО ІНФОРМАЦІЙНОГО ЗАБЕЗПЕЧЕННЯ	
ГУДАН К. , 1 курс, спеціальність «Облік і оподаткування» наук. кер. Багрій К.Л.	106
СТАНОВЛЕННЯ УПРАВЛІНСЬКОГО ОБЛІКУ В МЕНЕДЖМЕНТІ ПІДПРИЄМСТВА	
НИКОРЧУК М. , 1 курс, спеціальність «Облік і оподаткування» наук. кер. Багрій К.Л.	108
ДЕЯКІ АСПЕКТИ ЕФЕКТИВНОГО ФУНКЦІОНУВАННЯ СИСТЕМИ БУХГАЛТЕРСЬКОГО ОБЛІКУ ПІДПРИЄМСТВА	
КРИЖАНОВСЬКА Є.С. , 3 курс, спеціальність «Менеджмент» наук. кер. Бурак І.О.	111
АВТОМАТИЗАЦІЯ ВЕДЕННЯ БУХГАЛТЕРСЬКОГО ОБЛІКУ НА СУЧАСНОМУ ПІДПРИЄМСТВІ З ВИКОРИСТАННЯМ ПРОГРАМНОГО ЗАБЕЗПЕЧЕННЯ	
МОТОЛЬСЬКА К. , 3 курс, спеціальність «Економіка підприємства», спеціалізація «Підприємство, торгівля та біржова діяльність» наук.кер. Бурак І.О.	114
ОСОБЛИВОСТІ ВЛАСНОГО КАПІТАЛУ НА ПІДПРИЄМСТВІ: ФУНКЦІЇ ТА ДЖЕРЕЛА УТВОРЕННЯ	
КОЗАРЮК Р. , 1 курс, спеціальність «Облік і оподаткування» наук. кер. Багрій К.Л.	116
ХАРАКТЕРИСТИКА ВИТРАТ ЯК ОБ'ЄКТА ФІНАНСОВОГО ТА УПРАВЛІНСЬКОГО ОБЛІКУ ПІДПРИЄМСТВА	
СОКОЛЮК Н. , 1 курс, спеціальність «Облік і оподаткування» наук.кер. Маначинська Ю.А.	119
ОБЛІК ДЕБІТОРСЬКОЇ ЗАБОРГОВАНOSTІ: ПРОБЛЕМНІ АСПЕКТИ ТА ШЛЯХИ ЇХ ПОДОЛАННЯ	
РОМАНЧУК (ДЖУРОВЕЦЬ) А. , 3 курс, спеціальність «Облік і оподаткування» наук. кер. Скрипник М.Є.	121
ОСОБЛИВОСТІ БУХГАЛТЕРСЬКОГО ОБЛІКУ НА МАЛИХ ПІДПРИЄМСТВАХ	
УДОДЕНКО (ДЕЮН) А. , 1 курс, спеціальність «Облік і оподаткування» наук. кер. Багрій К.Л.	123
ДЕЯКІ АСПЕКТИ ОБЛІКУ ВИРОБНИЧИХ ЗАПАСІВ НА ПІДПРИЄМСТВІ	
ШАНЮК О. , 3 курс, спеціальність «Облік і оподаткування» наук.кер. Маначинська Ю.А.	126
ОСОБЛИВОСТІ ОБЛІКУ ВАЛЮТНИХ ОПЕРАЦІЙ КОМЕРЦІЙНИХ БАНКІВ УКРАЇНИ	
ШАНЮК О. , 3 курс, спеціальність «Облік і оподаткування» наук. кер. Скрипник М.Є.	127
ОСОБЛИВОСТІ ОБЛІКУ НА ТОРГОВЕЛЬНИХ ПІДПРИЄМСТВАХ	

Інвестиції та інновації в економіці

- БАТІЄВСЬКА О.,** 1 курс, спеціальність «Фінанси, банківська справа та страхування», спеціалізація «Державні фінанси»
наук. кер. Верстюк О. М. 130
СУЧАСНИЙ СТАН ТА ПЕРСПЕКТИВИ РОЗВИТКУ ІНВЕСТИЦІЙНОЇ ДІЯЛЬНОСТІ В УКРАЇНІ
- ПОПОВА Е.,** 3 курс, спеціальність «Фінанси, банківська справа та страхування»
наук. кер. Верстюк О.М. 132
ВПРОВАДЖЕННЯ СВІТОВОГО ДОСВІДУ ДЛЯ ПОКРАЩЕННЯ ІНВЕСТИЦІЙНОГО КЛІМАТУ ДЕРЖАВИ
- РУДЬКО А.,** 3 курс, спеціальність «Фінанси, банківська справа та страхування», спеціалізація «Державні фінанси»
наук. кер. Верстюк О.М. 135
СТАН ІНВЕСТИЦІЙНОГО РИНКУ УКРАЇНИ
- СТЕЛЬМАХ Я.,** 3 курс, спеціальність «Фінанси, банківська справа та страхування», спеціалізація «Державні фінанси»
наук. кер. Верстюк О. М. 137
СУЧАСНИЙ СТАН ТА ТЕНДЕНЦІЇ РОЗВИТКУ ІНОЗЕМНИХ ІНВЕСТИЦІЙ В УКРАЇНІ
- ТЕРЕН В.,** 1 курс, спеціальність «Фінанси, банківська справа та страхування», спеціалізація «Державні фінанси»
наук. кер. Верстюк О.М. 140
ПРОБЛЕМИ ТА ШЛЯХИ ПОКРАЩЕННЯ ІНВЕСТИЦІЙНОЇ ДІЯЛЬНОСТІ В ЕКОНОМІЦІ УКРАЇНИ

Товарознавство продовольчих та непродовольчих товарів

- ВЕРБОВСЬКА М-Л.,** 4 курс, спеціальність «Підприємництво, торгівля та біржова діяльність», спеціалізація «Товарознавство та експертиза в митній справі»
наук. кер. Хотинь Л. В. 144
ТОВАРОЗНАВЧА ХАРАКТЕРИСТИКА М'ЯСА
- КАПША І. В.,** 4 курс, Спеціальність «Підприємництво, торгівля та біржова діяльність», спеціалізація «Товарознавство та комерційна діяльність»
наук. кер. Хотинь Л. В. 146
ПРОБЛЕМИ ЯКОСТІ ЮВЕЛІРНИХ ВИРОБІВ
- ЛОЗИЦЬКА О.,** 3 курс, спеціальність «Маркетинг»
наук.кер. Хотинь Л.В. 149
ОСОБЛИВОСТІ ВИКЛАДКИ МОЛОКА І МОЛОЧНОЇ ПРОДУКЦІЇ НА ПІДПРИЄМСТВАХ РОЗДРІБНОЇ ТОРГІВЛІ
- МАТВІЙВ Б.,** 4 курс, спеціальність «Підприємництво, торгівля та біржова діяльність», спеціалізація «Товарознавство та експертиза в митній справі»
наук. кер. Хотинь Л. В. 151
ОЦІНКА ЯКОСТІ АЛКОГОЛЬНИХ НАПОЇВ
- ПАЛІЙ О.,** 4 курс, спеціальність «Підприємництво, торгівля та біржова діяльність», спеціалізація «Товарознавство та комерційна діяльність»
наук. кер. Хотинь Л. В. 154
ПОКАЗНИКИ ЯКОСТІ ТА ДЕФЕКТИ КОВБАСНИХ ВИРОБІВ
- РИБАК І.,** 2 курс, спеціальність «Менеджмент», спеціалізація «Менеджмент організації торгівлі»
наук. кер. Бозуленко О. Я. 157
ПРОВЕДЕННЯ ТОВАРОЗНАВЧОЇ ЕКСПЕРТИЗИ: СУТНІСТЬ ТА ОСНОВНІ ТОВАРОЗНАВЧІ АСПЕКТИ

Економіка та управління підприємствами

МОТИВАЦІЯ ТА СТИМУЛЮВАННЯ ТРУДОВОЇ ДІЯЛЬНОСТІ ПЕРСОНАЛУ НА ПІДПРИЄМСТВІ

БАЖАН О., 2 курс (ОС «бакалавр») ФОФЕД ЧТЕІ КНТЕУ

спеціальність «Облік та оподаткування»

наук. кер. Вудвуд В. В.

Стаття присвячена актуальним проблемам дослідження сутності мотивації та стимулювання персоналу на промислових підприємствах в умовах їх ефективного управління та підвищення інноваційної діяльності. У статті розглядаються питання мотивації та ефективного стимулювання роботи працівників у сучасних умовах.

The article is devoted to the actual problems of researching the essence of motivation and stimulation of personnel at industrial enterprises in the conditions of their effective management and enhancement of innovation activity. The article deals with questions of motivation and effective stimulation of work of employees in modern conditions.

Сьогодні ефективне управління персоналом є першим з основних завдань для будь-якого підприємства. Знання, навички та досвід співробітників, є практично найважливішим джерелом підвищення ефективності господарської діяльності та зниження витрат підприємства. Мотивація персоналу являє собою систему як основної так і додаткової оплати праці, що ґрунтується на його компетентності та якості праці, а також своєчасності виконання ним поставлених завдань.

Особливості мотивації та стимулювання праці персоналу розглядались в роботах таких вчених, як: М. Мескон, М. Альберт та Ф. Хедоурі, Л. Страут, Е. Мейо, А. Маслоу, Ф. Герцберг. Також знайшли своє відображення у працях вітчизняних економістів: О.А.Богущького, В.Г. Воронкової, В.А. Шахового та ін. У сучасних умовах, при наявності великої трудової міграції, питання щодо мотивації і стимулювання трудової діяльності українців залишається актуальним та потребує подальшого вивчення і пошуку нових методів заохочення.

Головною метою статті є дослідження сутності та методів мотивації і стимулювання праці персоналу, визначення особливостей та відмінних рис даних понять, їх взаємообумовленості та взаємозв'язку із такими суміжними категоріями як «потреба», «мотив» та «стимул», а також встановлення особливостей їх використання в процесі управління та здійснення інноваційної діяльності на промислових підприємствах.

У сучасній літературі відсутнє єдине трактування сутностей «мотивації» та «стимулювання», варто зазначити, що у економічній літературі та довідкових виданнях зустрічається багато різних варіантів щодо тлумачення даних понять.

Так, на думку А. Колота, мотивація, будучи складним процесом, включає різноманітні підходи щодо трактування змісту даного поняття, визначаючи його як сукупність мотивів, стимулів чи внутрішніх та зовнішніх чинників, або як процес спонукання особистості до певних дій [5, с.90].

З точки зору Куліпанова К.А. мотивація персоналу є основою і кінцевою мірою успіху як організації в цілому, так і системи якості. Щоб досягти успіху, мотивація персоналу повинна застосовуватися на всіх рівнях управління підприємством і впливати на всі види організаційних одиниць: кожного співробітника, локальні колективи окремих підрозділів і колектив всієї організації [10, с.138].

Гончаров Г.О. стверджує, що «мотивація» є досить багатогранним поняттям, його потрібно розглядати принаймні з двох сторін — як об'єкт (те, що необхідно вивчати й розуміти), і як функцію (спрямовані на об'єкт дії) [1, с.128-129].

Вважаємо, що всі люди мають мотивацію, тобто мотивовані від природи, при цьому однакові вчинки можуть бути зумовлені різними мотивами й різні вчинки — однаковими мотивами; мотивація кожної людини індивідуальна, унікальна й може змінюватися.

Таким чином, мотивація — це те, що людина хоче робити за власним бажанням, а здатність — те, що людина фізично і морально може робити.

Виходячи з цього, завдання менеджера з персоналу та лінійного керівника полягають у створенні умов, за яких здатність і мотивація поєднуються. Інакше кажучи, створити мотиваційний (робочий, конкурентоспроможний) клімат, у якому, досягаючи організаційних цілей, кожна особистість зможе максимально реалізувати власний потенціал.

Крім того, трактування «стимулювання» через «мотивацію» або навпаки є досить поширеним. Окремі науковці, такі як А. Колот та П. Майборода переконують в очевидній різниці між мотивуванням та стимулюванням. На їх думку, категорію «мотивація» доцільно визначати як процес стимулювання самого себе або інших на діяльність, основною метою якої є досягнення індивідуальних та загальних цілей підприємства, а термін «стимулювання» визначають як зовнішнє спонукання до дії, спонукальна причина, тобто відносно людини є зовнішнім. Через це, принципова різниця категорій «мотивація» та «стимулювання» може полягати в тому, що стимулювання є одним із засобів, завдяки якому може здійснюватися процес мотивації [5 - 6].

Майборода П. В. термін «стимулювання», трактує як позитивне або негативне підкріплення, що застосовується керівником за правильну або неправильну поведінку працівника при виконанні роботи [6, с.54].

Для забезпечення ефективного використання всього професійного та інтелектуального потенціалу робітника необхідно знаходити нові або перевірені часом механізми стимулювання його трудової діяльності.

Солодянка В. О. визначає поняття «стимулювання трудової діяльності» трьома складовими:

- 1) це поділ благ між об'єктами управління в залежності від тих результатів, що вони досягли;
- 2) регулювання поведінки працівників задля одержання бажаних результатів;
- 3) забезпечення сприятливих умов, за яких якісна трудова діяльність стає необхідною та достатньою для задоволення потреб працівника [3, с.83].

Водночас процес стимулювання, під яким зазвичай розуміють вплив на трудову діяльність працівника,

містить у собі спонукання зовні та структурні компоненти трудової ситуації. Тому, з одного боку, відбувається створення сприятливих умов з метою задоволення потреб працівників, а з іншого, – забезпечення трудової поведінки, що є необхідною для успішного функціонування та розвитку підприємства, тобто здійснюється своєрідний обмін діяльністю.

З точки зору Васюти В. Б. на результативність трудової діяльності мають вплив фактори як зовнішні, так і внутрішні. До перших належать ті чинники, на які підприємство впливати не може, але має враховувати їх при організації заходів, спрямованих на стимулювання трудової діяльності:

- новий асортимент продукції;
- рівень доходів населення в регіоні;
- рівень кооперації з іншими підприємствами;
- надійність матеріально – технічного постачання;
- стан трудових ресурсів;
- культура і соціальні цінності.

До других – ті, які безпосередньо мають вплив на результативність діяльності підприємства:

- удосконалення структури управління;
- покращення структури кадрів;
- дієвість застосовуваних систем стимулювання;
- навчання кадрів і підвищення кваліфікації;
- ефективне застосовування нових технологій;
- механізацією технічне забезпечення праці;
- підвищення трудової дисципліни [8].

На нашу думку, стимулювання може впливати не лише на зовнішні прояви поведінки працівника, а й на його свідоме ставлення до роботи. Варто розуміти, що стимулювання має використовуватися як інструмент забезпечення відсутньої у працівника мотивації (бажання). Щойно працівник піддається сумнівам – навіщо йому працювати, то одразу потрібно надати йому відповідь – стимул. Стимулювати потрібно за якісну та ефективну роботу. Якщо ж людина працює не надто добре – про стимулювання не може йти й мови.

Отже, між поняттями «мотивація» та «стимулювання» спільним є те, що кінцевою метою є досягнення певного результату, який може полягати в ефективному управлінні підприємством та підвищенні його інноваційної діяльності. Проте, на противагу поняттю «мотивація», термін «стимулювання» відноситься до більш зовнішніх факторів впливу на працівника, різниця між ними полягає у віднесенні категорії «мотивація» до внутрішніх бажань щось зробити, а «стимулювання» неможливо здійснювати без зовнішнього впливу.

Необхідно виділити такі методи та форми стимулів, що можуть застосовуватися для підвищення продуктивності трудової діяльності персоналу: примус, матеріальне заохочення, моральне заохочення та самоствердження.

Прагнення до самоствердження є індивідуальною рисою характеру, яка наявна не в усіх працівників, тому не піддається впливу зовнішнього середовища й не може бути використана в механізмі управління організацією в повній мірі. Якщо самоствердження ще може бути стимулюванням трудової діяльності окремого працівника, то така форма стимулів як примус навпаки лише погіршить ставлення персоналу до виконуваної роботи, і, як наслідок, – знизиться якість її виконання [2, с.192]. А ось матеріальне й моральне заохочення широко застосовується при організації управління персоналом і мають найвищі показники ефективності.

Моральне заохочення рідко застосовується окремо від матеріального. Причиною цього є те, що самі лише грамоти, почесні звання, кар'єрний ріст, дипломи та учені ступені без грошової підтримки не здатні мотивувати працівника й втримати його на робочому місці. Однак, разом із матеріальною винагородою, це достатній стимул для досягнення кращих показників та активної трудової діяльності [4, с.94]. Необхідність виділення окремого працівника за підвищення результативності його праці визначається кожним підприємством індивідуально, тому що в цей момент можлива поява непорозуміння у колективі.

Сутність матеріального заохочення полягає в задоволенні потреб робітників у матеріально-речовинній формі: додаткові винагороди, підвищення заробітної плати, соціальне стимулювання. Ці виплати залежать від багатьох факторів, які кожне підприємство визначає самостійно у залежності від специфіки діяльності. Це можуть бути премії за розвиток виробничо-технічного потенціалу підприємства, економії всіх видів сировини, виконання особливо важливих завдань; підвищення заробітної плати та встановлення доплат в залежності від особистих якостей, досягнень та внеску в кінцевий результат виробництва; нарахування соціальних виплат і компенсацій, використання таких речових стимулів як: забезпечення житлом, путівками, медоглядами й знижками на продукцію.

При запровадженні системи матеріального стимулювання на підприємстві можуть виникати певні труднощі. Наприклад, системи, орієнтовані на виплату додаткової винагороди, потребують чітко визначених критеріїв і умов нарахування, які, до того ж, обов'язково мають бути закріплені у трудових угодах для уникнення потенційних конфліктів. Системи, пов'язані з підвищенням заробітної плати, простіші в адмініструванні, проте послаблюється зв'язок між результатами трудової діяльності та її оплатою. Тому такі науковці як Є. Звягільський та А. Калина пропонують доповнювати цю системою верхньою та нижньою межами оплати праці. Нижня межа має бути не нижча, ніж вартість робочої сили разом з видатками на освіту та виховання дітей, а верхня має встановлюватися з урахуванням росту результативності праці по відношенню до заробітної плати [7].

Соціальне стимулювання відрізняється від попередніх систем стимулювання трудової діяльності тим, що не передбачає зростання матеріальних виплат і не так сильно залежить від особливих досягнень і результативності працівника. Його метою є надання персоналу комфортних та приємних умов праці. До так званого «соціального пакету» відносять: медичне, туристичне, пенсійне страхування, страхування

життя, майна, надання безвідсоткових кредитів та позик співробітникам, пільгових путівок, оплата додаткової відпустки, медичних послуг, проїзду у громадському транспорті, використання службового автомобіля або компенсацію вартості бензину, оплату навчання, безоплатне або дотаційне харчування, можливість придбання продукції зі знижкою тощо[9, с.-45]. Очевидно, що можливість отримання таких переваг може стати ключовим фактором при обранні працівником місця роботи.

Таким чином, головною рушійною силою впливу на персонал є стимули, а основною метою мотивації є задоволення потреб персоналу та підприємства одночасно. Взаємодія мотивів і стимулів є тим інструментом, який дозволяє реалізувати потреби працівника найбільш доцільним для нього способом – завдяки реалізації своїх здібностей, а також надає можливості керівникові формувати систему стимулювання праці персоналу. Таким способом, поєднується в одне ціле цілі ефективного управління підприємством та мета трудової активності працівника. А при правильній взаємодії мотивів та стимулів відбувається взаємообумовленість елементів загального процесу формування механізму мотивації та стимулювання працівників промислового підприємства. Разом із тим, наукові уявлення щодо розвитку методів стимулювання персоналу орієнтовані на розвиток адекватних потреб підприємства щодо здібностей працівника, його професійних, ділових та особистісних характеристик, узгодження інтересів працівника та інноваційних стратегій діяльності підприємства.

Список використаних джерел:

1. Гончаров Г.О. Структура мотиваційного механізму трудової діяльності // Регіональні перспективи. – 2000. – № 2-3 (9-10). – С.128-129.
2. Гриньова В.М. Проблеми управління трудовими ресурсами: монографія / В.М. Гриньова, О.М. Ястремська. – Харків : ХНЕУ, 2006. – С– 192.
3. Солодянкина О.В. Материальное стимулирование работников на предприятии / О.В. Солодянкина // Вестник ИЖГТУ. – 2006. – Спецвып. – С.83.
4. Волинець В.В. Засоби переконання та стимулювання (заохочення) у забезпеченні зобов'язань за трудовим договором / В.В. Волинець // Форум права. – 2009. – № 1. – С. 98.
5. Колот А. М. Мотивація, стимулювання й оцінка персоналу / А. М. Колот. – ХНЕУ, 1998. С – 90.
6. Майборода П. В. Стимулювання персоналу до ефективної роботи / П. В. Майборода, М. О.Талів // Кадровик. – 2005. – № 3. – С.54.
7. Лещенко Л. О. Мотивація праці як фактор підвищення прибутковості виробництва [Електронний ресурс] / Режим доступу: <http://www.economy.nayka.com.ua>.
1. 8. Васюта В.Б. Сучасна система трудових показників на підприємстві [Електронний ресурс] / Режим доступу: <http://www.economy.nayka.com.ua>.
8. Сардак, С. Мотивація та стимулювання працівників вітчизняних підприємств С. Сардак // Україна: аспекти праці. – 2008. – № 6. – С.45-51.
9. Куліпанов К.А. Мотивація і оцінка персоналу: навч. посіб. / К.А. Куліпанов. – К.: Знання-Прес, 2009. – 138 с.

МОТИВАЦІЯ УПРАВЛІНСЬКОГО ПЕРСОНАЛУ ТА ЇЇ ВПЛИВ НА ЕФЕКТИВНУ ДІЯЛЬНІСТЬ ПІДПРИЄМСТВА

**ДЕРЧИК Я., 1 курс (ОС «магістр») ФУСОХТ ЧТЕІ ХНЕУ
спеціальність «Менеджмент»,
спеціалізація «Менеджмент організацій торгівлі»
наук. кер. Долга Г.В.**

У статті розглянуто питання мотивації персоналу в управлінській діяльності, зокрема, її вплив на ефективну діяльність підприємства. Також досліджено потреби працівників, які спонукають їх до активної діяльності, та те, що має робити підприємець для залучення та утримання працівників.

The article deals with the issues of motivation of personnel in management activity, in particular, its influence on effective activity of the enterprise. It also explores the needs of employees who encourage them to work actively, and what an entrepreneur should do to attract and retain employees.

Сьогодні найбільше дискусій точиться навколо питання мотивації персоналу та того, як вона може вплинути на діяльність підприємства. Центральною проблемою залишається неправильне координування працівників на роботу та визначення важливих цілей, які потрібно досягнути. Актуальність теми полягає в тому, що на сьогоднішній день в умовах ринкової економіки досягнення бажаних результатів у сфері підприємницької діяльності напряду залежить від ефективності системи управління, рівня підготовки висококваліфікованих керівників та спеціалістів. Правильне визначення позицій дасть можливість приймати ефективні рішення, необхідні для того, щоб запобігти негативним наслідкам.

Питання про мотивацію персоналу розглядали у своїх роботах такі науковці, як: Горбановська О., Первушина М., Мелконяна Р. та Журавльова О. Фахівці, здебільшого, розглядали питання про внутрішню людську природну мотивацію, тенденцію винагороди та підтримки мотивації персоналу, причини демотивації співробітників та оптимізації бізнес-процесів [1]. Але, на сьогоднішній день, це питання повністю не обґрунтоване, і багато підприємств не можуть знайти підхід правильного стимулювання персоналу до виконання завдань, тому доводиться шукати та створювати нові методи спонукання людей до праці.

Метою дослідження є розкриття сутності мотивації управлінського персоналу та її вплив на ефективну діяльність підприємства. Мета обумовлює наступні завдання:

1. розглянути основні методи та підходи мотивування управлінського персоналу;
2. визначити конкретні цілі та завдання у сфері підприємницької діяльності та прийняття адекватних управлінських рішень;
3. обґрунтувати чинники, які призводять до ефективної діяльності персоналу;
4. проаналізувати роль керівника та визначити комплекс матеріальних і нематеріальних заохочень, які дозволять охопити більшу частину інтересів співробітника.

Насамперед, мотивація – це процес спонукання себе та інших до ефективної діяльності і досягнення поставлених цілей перед кожним працівником і організацією в цілому. Іншими словами, мотивування – це різновид управлінської діяльності, який забезпечує процес спонукання себе та підлеглих працівників до діяльності, що спрямована на виконання місії, особистих цілей та цілей організації [2, с.122]. Мотивацію не можна розподілити між підлеглими, як розподіляють, наприклад, завдання між працівниками. Але, керівник може створити на підприємстві таку атмосферу, при якій працівники будуть краще мотивовані до поставлених цілей. Оскільки мотиви та потреби у всіх різні, потрібно їх направити в таке русло, де створені умови призведуть до високоефективної роботи компанії в цілому. Мотив – це спонукання людини до активності, пов'язане з намаганням задовольнити певні потреби. В свою чергу, потреба – це відчуття людиною фізіологічної нестачі чого-небудь [3]. При усвідомленні потреб у людини виникає бажання їх задовольнити, відповідно, виникає інтерес, який дозволяє це зробити. Але інтерес стає мотивом для активних дій тільки тоді, коли людина впевнена в тому, що бажане не під силу. До прихильників цієї концепції відносяться американські психологи А. Маслоу, Д. Мак-Клелланд, Ф.Герцберг. Терія мотивації по А. Маслоу була сформульована у 40-х роках минулого століття. У людей, згідно цієї теорії, постійно виникають різні потреби, які можна об'єднати в групи ієрархії. А. Маслоу виділив п'ять таких груп і представив їх у вигляді піраміди [4, с. 366-368]:

1. фізіологічні потреби є необхідними для виживання і включають потреби в їжі, воді, відпочинку та ін.;
2. потреби безпеки включають потреби в захисті від фізичних і психологічних загроз з боку зовнішнього середовища і впевненість в тому, що фізіологічні потреби будуть задовольнятися в майбутньому. Без задоволення потреб першого і другого рівня неможлива нормальна життєдіяльність людини;
3. соціальні потреби включають підтримку з боку оточення, визнання заслуг людини, приналежність до тієї чи іншої спільноти;
4. потреби у самоствердженні включають визначення людини з боку оточення;
5. потреби у самовираженні включають потреби в реалізації своїх потенційних можливостей та зростанні як особистості.

Незадоволені потреби Маслоу спонукують людей до активних дій, а задоволені перестають бути мотивацією, їх місце займають інші незадоволені потреби [5, с.163-165]. Тому, керівники повинні враховувати потреби працівників та визначати реальні цілі. Чим вони вищі, тим більшу вершину людина підкорює в процесі їх досягнення. Цьому сприяє ясність, чіткість та конкретизація визначеної мети. В сучасному глобальному інноваційному світі підприємство чи фірма не можуть дозволити собі слідувати тій стороні парадигми управління, коли керівники роздають розпорядження, а персонал їх виконує. Це було б занадто марнотратно, використовувати свої навички і вміння, творчі здібності та досвід роботи персоналу. На сьогодні організації, підприємства, фірми та компанії повинні повною мірою використовувати всі свої інтелектуальні ресурси. Коли перед людиною стоїть чітка ціль, її робота стає більш значущою. Джерелом самих важливих індивідуальних цілей персоналу стають завдання підрозділів, які явно сприяють досягненню місії і цілей організації. Ці цілі ставляться в ході обговорення, проведеного за участю керівника та їх підлеглих. А починати цей процес потрібно з визначення завдання підрозділів і обговорення ролі кожного працівника в їх досягненні. Щоб ціль була значущою, необхідно ставити перед людьми важкі, але досяжні задачі. Цілі, досягнення яких не потребують ніяких зусиль, не надихають і не викликають у них ентузіазм, й діють на людину пригнічено, оскільки, всі зусилля для їх реалізації приречені на невдачу. Важко зберегти високий рівень мотивації, якщо не бачити взаємозв'язок між своєю роботою і стратегічними цілями підприємства. Щоб робота дійсно була ефективною, керівник повинен зробити цей взаємозв'язок ясним і регулятивним, демонструючи його працівникам. Керівники повинні завжди інформувати своїх підлеглих про зміни цілей і розвиток компанії, і доводити до відома всіх конкретних підрозділів. Розумний керівник може переконати своїх працівників приймати участь при виборах цілей свого підрозділу, а також стандартів та плану дій. Тому що цілі, які люди складають для самих себе, майже завжди більш значимі і важливі для них, ніж ті, які пропонуються зверху. Основна роль керівника при розподілі завдань робочої групи і складання плану її дій заключається в тому, щоб ціль і плани не були занадто простими, чи навпаки, недосяжні. Команда, якій не вистачає впевненості в собі, потребує постійного підштовхування. На початку люди будуть горіти ентузіазмом, але, коли вони зрозуміють, що ціль недосяжна, а плани не працюють, енергія та натхнення зникнуть. Інколи робота може бути нецікавою та монотонною. Правда полягає в тому, що люди беруться за виконання завдань, як правило, із-за потреби в грошах, а не тому, що є в них якийсь сенс. Але, у більшості випадків, така робота оплачується недостатньо для того, щоб людина довгий час змогла виконувати її з первинним ентузіазмом. Тому, якщо до сфери вашої відповідальності входить забезпечення виконання таких операцій, потрібно придумати варіант, як можна підвищити значущість цієї роботи для виконуючих працівників. Навіть, якщо робота цікава, рано чи пізно людина буде спрямовувати свій розвиток на інший рівень, більш вищий, ніж вона зараз знаходиться. Насамперед, не потрібно давати обіцянок щодо завдань, які ви не в силі виконати, робити потрібно все можливе, щоб постійно урізноманітнювати і модернізувати свою працю. До недавнього часу багато підприємств під час кар'єрного росту персоналу, як правило, знали, що при виконанні протягом декількох років завдання А людина отримає підвищення і почне роботу В, проявивши себе з хорошої сторони, вона просунеться ще вище, отримавши роботу С і т.д. Але, багато організацій, реорганізовуючи та скорочуючи штати, порушували цю закономірність, після чого людині було важко знайти таку роботу, за допомогою якої можна було підвищити кар'єрний ріст у сфері своєї професійної діяльності. Той, хто працює з людьми, повинен знати джерела їх мотивації і стимулювати ці мотиви. Їх можна ранжувати за ступенем інтенсивності. Перший ступінь. Найсильніші групові мотиви. Прагнення до мети, яку поділяють усі члени групи. Другий ступінь. Мотиви слабші, ніж на першому ступені. Прагнення закріпити конкуренцію з іншими. Третій ступінь. Мотиви не такі сильні, ніж на другому

ступені. Солідарність. Прагнення до безпеки, утворення груп зі страху, погоджування з сильним лідером. Четвертий ступінь. Мотиви слабші, ніж на третьому ступені. Сумісні уявлення на емоційній основі: ненависть, любов, хобі. П'ятий ступінь. Найслабші групові мотиви. Випадок, тиск, неусвідомлені об'єднання [6, с. 401].

Потреба до успіху проявляється у бажанні людини досягати поставлених цілей за рахунок більш ефективної роботи над собою. Для цього потрібно: ретельно аналізувати ситуацію, працювати так, як хочеться і вважається за потрібне; потрібно організувати підтримку співробітників, цим можна довести правильний вибір способу праці і підвищити впевненість в собі. Підприємство буде приносити дохід в тому випадку, коли працівники зможуть заохотити своїх клієнтів. А для цього потрібно бути впевненим в собі та вміти володіти інформацією, яка стосується товару чи послуги, бути уважним до клієнта та не сприймати його як окрему угоду, а як постійного споживача.

А якщо брати до уваги саме підприємство чи компанію, воно повинно сформувати ціль та свої особливості, які в майбутньому будуть опорою при плануванні завдань. В свою чергу, вже під поставлені цілі керівник може підбирати персонал, керуючись тим, яких висот зможе і хоче досягти потенційний співробітник. Також для ефективної адаптації персоналу потрібно описати посадові інструкції, де буде відображена реальна картина їхньої роботи. Треба пам'ятати, що керівник також несе відповідальність за роботу персоналу, тому, для їхньої результативності, потрібно бути компетентним в усіх питаннях бізнесу, збільшувати якість своїх знань, умінь та навичок. Якщо керівник зможе доступно описати завдання підприємства, персонал, в свою чергу, буде краще знати, який результат хоче отримати керівник. Для цього потрібно знати: термін, стратегію і шляхи реалізації. Адже, помилка багатьох керівників в тому, що вони не намагаються контролювати дії своїх підлеглих, і не дають їм реалізувати свої ідеї. Тому, все ж таки, має бути продумана система мотивування, в якій буде чітко вказано систему покарань для того, щоб уникнути в майбутньому помилок на підприємстві і, в свою чергу, мотивувати на результат, який потрібно керівнику.

Отже, ключовим чинником будь-якої компанії є вміння управляти персоналом. Це допоможе у сфері менеджменту домогтися того, щоб кожен співробітник працював на результат. Можна стверджувати, що результативні співробітники, які правильно підготовлені та змотивовані, будуть завжди досягати поставлених цілей на підприємстві чи будь-якій організації. Без системи мотивації навіть правильно підібрані і добре підготовлені співробітники не приведуть компанію до реалізації мети. Тому, мотивацію можна представити у формі кола, де в центрі знаходиться працівник, а на периферії – керівник, колеги і клієнти. Якщо пишатися своєю роботою і отримувати від неї задоволення та визнавати досягнення один одного, то це вже достатня мотивація, здатна примусити колесо комерції крутитися, де творчі люди створять нові шедеври, а науковці – винайдуть щось нове. Тому, для того, щоб працювати з максимальною ефективністю, потрібна підтримка всіх зацікавлених осіб.

Список використаних джерел:

1. Федорак Я. Мотивація персоналу [Електронний ресурс] / Я. Федорак // Management.com.ua. – 2012. – Режим доступу до ресурсу: http://www.management.com.ua/events/motivation_2012.html.
2. Мазаракі А. А. Менеджмент : теорія і практика : підручник / А. А. Мазаракі, Г. Є. Мошек, Л. А. Гомба та ін. ; КНТЕУ – Київ: "Атіка", 2007. – 584 с.
3. Крушельницька Я. В. Фізіологія і психологія праці [Електронний ресурс] / Я. В. Крушельницька // КНЕУ. – 2003. – Режим доступу до ресурсу: <http://studentam.net.ua/content/view/6442/86/>.
4. Мескон М. Х. Основы менеджмента : підручник / М. Х. Мескон, М. Альберт, Ф. Хедоури : пер. с. англ. – М.: Дело, 2000, - 704 с.
5. Рудьков В. А. Менеджмент: навч. посіб. / В. А. Рудьков, С. О. Гуткевич – К.: Центр учбової літератури, 2011. – 312 с.
6. Осовська Г. В., Осовський О. А. Основы менеджмента : підручник / Г. В. Осовська, О. А. Осовський. – Київ.: «Кондор», 2008.- 664 с.

ЕФЕКТИВНІ МЕТОДИ МОТИВАЦІЇ І СТИМУЛЮВАННЯ ПЕРСОНАЛУ ТА ШЛЯХИ ЇХ УДОСКОНАЛЕННЯ

РОМАНЧУК (ДЖУРОВЕЦЬ) А., 3 курс (ОС «бакалавр») ФОФЕД ЧТЕІ КНТЕУ

спеціальність «Облік і оподаткування»

наук. кер. Хитрова О.А.

У статті проаналізовано загальні аспекти мотивації та «стимулювання праці». Узагальнено основні методи стимулювання праці персоналу. Проаналізовано сучасний стан мотивації персоналу підприємства. Виявлено основні проблеми, що спостерігаються в системах мотивації на вітчизняних підприємствах, та запропоновано можливі шляхи удосконалення існуючих систем.

The article analyzes the general aspects of the concepts of motivation and stimulation of labor. The methods of stimulating work of the personnel are described. The current state of motivation of the personnel of the enterprise is analyzed. The main problems observed in the systems of motivation at domestic enterprises are revealed, and possible ways of improvement of existing systems are offered.

Здійснення ефективної виробничо-комерційної діяльності підприємства є можливою за умови правильної мотивації персоналу. Тому, мотивація є важливою у процесі розвитку та функціонування підприємства, установи. Мотивація проявляється на підприємстві через дієву функцію управління. Будь-яка людина, яка працює хоче отримувати заохочення за свою працю, особливо якщо її робота приносить результат, і він їй приділяє багато часу і сил. Тому, при недостатній мотивації працівника ефективність його діяльності може зменшуватись. Отже, мотивація працівника у сучасному світі є актуальним питанням, яке потребує вивчення та удосконалення.

Метою статті є аналіз мотиваційних та стимулюючих аспектів праці персоналу та визначення можливих шляхів удосконалення організації системи стимулювання праці на сучасних українських підприємствах.

Питання мотивації та оцінки персоналу розглядаються в працях вітчизняних та зарубіжних вчених таких, як Занюк С.С., Гусина В.М., Полют А.М., Мірошниченко О.В., Щєкин Г.В., Афанасьєва Н.В.,

Джигоева С.Х., Казакевича Г.Д., Лепейко Т.І., Масича Л.А., Москаленка Н.О., Питерса Т., Смолюка В.Л., Тарасюка Л.В., Чмихало О.Л., Яковенко Р.В. та ін. свідчать про наявність наукових досліджень стосовно нових вимог до керівництва підприємством в сучасних умовах, механізмів формування персоналу підприємства, обґрунтування показників оцінки якості трудового потенціалу.

Сучасна система управління персоналом базується на тому, що люди є найважливішим економічним ресурсом підприємства, джерелом його прибутків, конкурентоспроможності та процвітання [2]. Важливою задачею управління є забезпечення бажання працівників ефективно виконувати покладені на них обов'язки, через чітко сформовану та розроблену систему мотивації. Саме завдяки мотивації можна досягти максимальної ефективності менеджменту на підприємстві.

Мотивація – це процес спонукання працівників до активної трудової діяльності для задоволення їхніх власних потреб, інтересів у поєднанні з досягненням цілей організації; сукупність рушійних сил, які спонукують людину до виконання певних дій [5].

Існує три види мотивації – матеріальна, моральна, адміністративна. Тому необхідно створювати і вдосконалювати матеріальні, моральні та адміністративні стимули до праці.

Матеріальна мотивація реалізується через:

- 1) грошові виплати за досягнення певних цілей, виконання зазначених компанією критерій;
- 2) індивідуальну доплату, як винагорода за володіння певними навичками, що потрібні компанії у той чи інший момент;
- 3) спеціальні винагороди для стимулювання здорового способу життя (грошова виплата за відмову від куріння або співробітникам, що не пропустили ні одного робочого дня з причини хвороби);
- 4) надбавка за реформування та розвиток системи організації праці та управління.

У зарубіжній практиці припускається преміювання менеджерів-управлінців не лише грошовими виплатами, але і акціями чи іншими правами власності. Цей спосіб дуже поширений у країнах з розвиненими фондовими ринками, такі як США, Великобританія, Франція та ін. Цей вид мотивації передбачає і застосування матеріальних санкцій. Так, у разі допущення браку відраховується частина зарплати.

Моральна мотивація у розвинених країнах Заходу, зокрема у США, реалізується за використання системи оцінювання заслуг, згідно з якою для кожного фактора, що оцінюється, складається шкала оцінок робітників у балах. До оцінки заслуг належать такі показники, як відданість фірмі, готовність до співробітництва, що прирівнюється до фактора кваліфікації. Через певний комплекс заходів у працівників великих компаній виховується почуття гордості за свою фірму тощо. Типовими соціально-психологічними стимулами при цьому є формування колективу, створення нормального психологічного клімату й творчої атмосфери; відношення керівництва, усна подяка в присутності колег; задоволення культурних і духовних потреб працівників; встановлення соціальних норм поведінки і соціального стимулювання розвитку колективу; соціальний захист; встановлення моральних санкцій і заохочення [3].

Адміністративна мотивація спирається на дисципліну праці, відповідальність працівника, Існують різні форми дисциплінарного покарання (зауваження, догана, штраф, звільнення з роботи) і дисциплінарного заохочення [1].

Важливим також є соціальний захист працівників: соціальне страхування по старості, у зв'язку з тимчасовою втратою працездатності, пільги для членів сімей та інші.

Хоч і нематеріальне стимулювання не виражається у виплаті працівникам готівкових і безготівкових коштів, але на мою думку є ефективнішим, адже при цьому підвищується рівень лояльності персоналу, яка формує у працівників професійну мотивацію, яка дозволяє розвиватися.

Наприклад:

- збільшення рівня поваги до себе та співробітників;
- навчання іноземним мовам;
- бажання досягти найкращого результату та не зупинятись перед перешкодами;
- прагнення професійного росту;
- бути відданим своїй команді та підприємству, не зважаючи на труднощі.

Для створення внутрішньої мотивації, керівнику потрібно розумно спроектувати роботу на підприємстві та дати працівнику відчуття частку особистого внеску у виготовлену продукцію, вирішення проблеми та виконанні завдання.

Однією з головних проблем, що спостерігаються на підприємствах нашої країни, є занадто велика роль методів матеріальної мотивації. Ця обставина пов'язана з тим, що в теперішніх умовах, в яких опинилася Україна, працівники зацікавлені у працевлаштуванні саме на тих підприємствах, які можуть запропонувати найбільш високий рівень заробітної плати та преміювання. Однак, як свідчить досвід та практика, застосування лише матеріального стимулювання не може бути єдиним та вирішальним, оскільки воно не здатне втримувати високу продуктивність праці тривалий час, а тому може застосовуватися лише на певний короткий термін.

Для ефективної системи мотивації потрібно поєднувати та застосовувати комплексно матеріальні та моральні стимули. Вони можуть проявлятися в усній та письмовій подяці, присвоєнні чергового звання, підвищення на посаді, різних преміях, доплатах, створенні атмосфери та комфортного морального клімату в колективі.

Отже, найважливішим навиком управлінця, керівника є: вміння стимулювати своїх співробітників, показувати на особистому прикладі, ставити конкретні та зрозумілі завдання, навчитися правильно делегувати повноваження та справедливо винагороджувати за працю.

Таким чином, удосконалити систему мотивації та стимулюванні працівників на сучасних підприємствах, можна:

- крім заробітної плати застосовувати інші грошові виплати, наприклад створити індивідуальні

винагороди за результатами роботи, які будуть визнавати цінність того чи іншого працівника;

- наймати аналітиків, які будуть досліджувати мотиви до праці та реальні потреби;
- дозволяти працівнику брати безпосередню участь в управлінні підприємством;
- покращувати умови праці працівників та морально-психологічний клімат в колективі;
- прислухатись до думки працівників, проводити опитування, щодо задоволеності їх оплатою праці, атмосферою у колективі;
- приділяти особливу увагу нематеріальному стимулюванню, наприклад за ефективно виконану роботу впровадити додатковий вихідний, або відпочинок усього колективу на природі.

Список використаної літератури:

1. Економічний словник-довідник / За ред. док. екон. наук, проф. С.В. Мочерного // Феміна, 1995. – 368 с
2. Коритко С. Формування системи мотивації праці на підприємстві [Електронний ресурс] // Студентський науковий вісник «Керівник. ІНФО». – Режим доступу: <http://kerivnyk.info/2012/05/korytko.html>
3. Принципи і методи управління персоналом [Електронний ресурс] // Студопедия – Режим доступу до ресурсу: https://studopedia.su/20_99762_printsipi-i-metodi-upravlinnya-personalom.html
4. Сорочайкин А.Н. Управление персоналом: глоссарий: терминологический словарь / сост. А.Н. Сорочайкин, Л.В. Ермолина. – Самара: Изд-во «Самарский университет», 2012. – 104 с.

АНТИКРИЗОВА ПСИХОЛОГІЯ ДІЛОВОГО СПІЛКУВАННЯ В УПРАВЛІННІ КРИЖАНОВСЬКА Є., 3 курс (ОС «бакалавр») ФУСОХТ ЧТЕІ КНТЕУ спеціальність «Менеджмент», спеціалізація «Менеджмент організації торгівлі» наук.кер. Урсакій Ю.А.

Стаття присвячена розкриттю сутності та значенню антикризової психології ділового спілкування в управлінні. В даній статті проаналізовано специфіку, етапи та фази ділового спілкування в управлінні.

This article is dedicated to entities and meanings of anticrisis psychology of business communications in managing. In this special article was analyzed particular features, stages and phases of business communications in managing.

Специфіка ділового спілкування обумовлена тим, що воно виникає на основі певного виду діяльності, пов'язаного з виробництвом будь-якого продукту або ділового ефекту. При цьому сторони ділового спілкування виступають у формальних (офіційних) статусах, які визначають необхідні норми і стандарти (в тому числі і етичні) поведінки людей. Як і всякий вид спілкування, ділове спілкування має історичний характер, воно проявляється на різних рівнях соціальної системи і в різних формах, але його відмінна риса – воно не має самодостатнього значення, не є самоціллю, а служить засобом для досягнення будь-яких інших цілей.

Метою статті є дослідження психології ділового спілкування при введенні антикризових заходів.

Об'єктом дослідження є процес управління психологією ділового спілкування.

Предметом дослідження є відносини, які виникають при антикризовій психології ділового спілкування.

Ділове середовище, в якому існують організації, характеризується рухливістю, мінливістю і непередбачуваністю, тому основна умова існування і розвитку організації – здатність адаптуватися до змін. В цих умовах надзвичайно важливими напрямками роботи управлінця є спілкування з підлеглими, планування та регулювання організаційної поведінки, яке охоплює питання особистісних контактів, лідерства, управління конфліктами тощо. Сьогодні особливо цінується компетентність менеджерів в реалізації саме цих напрямків, адже існування і розвиток будь-якої організації обумовлені постійним виникненням і вирішенням протиріч в боротьбі різних груп як всередині, так і поза нею. Іноді суперечності бувають настільки гострими, що переходять в конфлікт чи кризу, які можуть мати руйнівні наслідки для організації.

Тому науковці пропонують виділяти такі етапи в спілкуванні під час управлінської діяльності:

1. встановлення контакту;
2. орієнтація в ситуації (люди, обставини);
3. обговорення питання, проблеми;
4. прийняття рішення;
5. вихід з контакту [2, с. 23–24].

Не слід вступати в контакт, коли співрозмовник зайнятий тими чи іншими справами (розмовляє, причісується), звертатися до співрозмовника зі слів «Я», «Мені», краще почати розмову словами «Ви», «Ти» («вам не здається»; «ти не міг би»), «наповнювати» контакт з перших слів своїм емоційним станом, настроєм. Необхідно ще на контактній фазі визначити емоційний стан партнера і в залежності від цього стану і своїх цілей або самому увійти в той же тон, або поступово і ненав'язливо допомогти партнеру вийти з небажаного для вас стану.

Етап орієнтації допомагає визначити стратегію і тактику ділового спілкування, розвинути інтерес до нього і втягнути партнера в сферу спільних інтересів. На цьому етапі треба відразу з'ясувати, яким по тривалості буде розмова (згорнута, чітка і конкретна або детальна), і в залежності від цього будувати свою тактику. Основні завдання етапу орієнтації:

- викликати інтерес співрозмовника до майбутньої бесіди і залучити його в обговорення;
- виявити самооцінку співрозмовника і зорієнтуватися в розподілі ролей;
- почати вирішення основного завдання спілкування.

На цьому етапі вкрай важливо визначити психологічний стан співрозмовника і коригувати його. Якщо у співрозмовника поганий настрій, бажано підвищити його емоційний тонус. Найефективніший прийом –

присвоїти співрозмовнику бажану якість: «Знаючи вашу старанність», «Ви такий наполегливий», також не менш ефективна похвала на адресу співрозмовника, нагадування про приємні події [1, с.58].

Для етапу обговорення проблеми і прийняття рішення з соціально-психологічної точки зору характерні ефект контрасту і ефект асиміляції. Дія ефекту контрасту полягає в тому, що, вказуючи на відмінність нашої точки зору на можливу спільну діяльність від точки зору партнера, ми психологічно віддаляємося від нього, а підкреслюючи схожість позицій, ми наближаємося до партнера, ось і в чому проявляється дія ефекту асиміляції. Тому для досягнення успіху в діловому обговоренні важливо підкреслити єдність позицій.

На фазі обговорення і прийняття рішення дуже значуща спрямованість на партнера, включення його в обговорення, тому в повній мірі повинні бути проявлені вміння слухати і вміння переконувати. Переконавання має складну структуру, оскільки воно включає в себе знання, емоції, волевільні компоненти. Категоричністю своїх суджень, навіть якщо вони і правильні, переконати іншого дуже складно, бо тут спрацьовують психологічні механізми захисту. Якщо хочете переконати людину, спочатку треба її зрозуміти, щоб з'ясувати причини незгоди, залучити до спільного обговорення і щоб рішення вийшло загальним. Якщо ж спільне рішення не вийде, то будуть хоча б відомі точки зору, їх обдуманість, що дозволяє вести подальше обговорення. Розумна аргументація при діловому спілкуванні є можливою і перспективною до тих пір, поки емоції партнерів не перевищили деякої критичної для даної ділової ситуації точки [4, с.77–78].

У практиці ділового спілкування використовуються часто прийоми впливу і створення стереотипів:

- Навішування ярликів: людей характеризують під стереотип типу «демагог», «популіст», «бабій», «п'яниця» тощо. Такі прийоми успішно використовуються для усунення конкурентів у політичному та діловому житті. Як контраргумент слід акцентувати увагу на неприпустимість підміни реальних фактів суб'єктивними оцінками.

- «Блискауча невизначеність»: використання стереотипів, зміст яких не цілком ясний і однозначний, але вони викликають позитивні емоції, оскільки тут оцінка превалює над описом. Сюди відносяться такі поняття, як «права людини», «загальнолюдські цінності», «в інтересах закону». Варіант для спілкування з керівництвом: «Ваше рішення недемократичне (порушує права людини, соціальну справедливість)!».

- Апеляція до більшості як засіб зміцнення своєї позиції. Сюди відносяться судження типу «на численні прохання трудящих», «всі українці одностайно підтримують». Для ділового спілкування підходять аргументи «в колективі є думка», «колектив вважає, що»

- Перенесення використання старих символів, які вже мають певну цінність. У діловому спілкуванні посилення на авторитетну особистість можлива в декількох варіантах:

- а) персоніфікованому - посилання на конкретну керівну особу;

- б) знеособленому - «Там знають!»; «Сам в курсі»; «І тоді я подзвонив, ви розумієте, кому»; «Обговорюємо проблему – і тут зайшов сам»;

- в) використання цитат: «Ще Сократ говорив, що».

Прийоми можуть бути різноманітні – від поїздки на роботу громадським транспортом до рукоштовань на вулиці, цілування дітей і зимового купання в ставку [10, с.93].

Деперсоніфікація спілкування, що виникає завдяки стереотипам, в окремих випадків не полегшує, а навпаки, ускладнює ділове спілкування, заважає встановленню неформальних відносин. У перекладі на мову соціальної психології відома метафора «Зустрічають по одягу» означає, що «зустрічають по стереотипу, а проводжають – по розуму!». Особливо актуальна ця проблема в системі відносин «керівник – підлеглий».

Як «зламати» стереотип, що потрібно зробити, щоб нас сприймали не як посаду, а як особистість? У подібній ситуації доцільно використовувати два прийоми. Перший прийом, умовно назовемо його «шукайте хобі», передбачає пошук інформації про те, чим цікавиться ваш керівник у вільний від роботи час. Найчастіше, це політика, автомобілі, садівництво і городництво, домашні тварини тощо. Іншими словами, якщо вдасться знайти спільний інтерес крім роботи, спілкування перейде на новий, неформальний рівень. Як приклад згадаємо екранізацію новели О'Генрі «Ділові люди», герой якої – грабіжник – несподівано застає вдома господаря, але замість перестрілки справа закінчилася спільною випивкою, оскільки у обох виявилася однакова хвороба. Однак слід мати на увазі, що цей прийом ефективний тільки в тому випадку, якщо ви досить глибоко розбираєтеся в даному питанні і ваш інтерес є щирим.

Другий прийом, досить детально представлений в роботі Дейла Карнегі «Як завойовувати друзів і впливати на людей», набагато примітивніший за задумом, але складніший за технікою виконання. Суть його проста: видати свій інтерес за інтерес цієї людини. Як правило, цього домагаються шляхом підвищення самооцінки ділового партнера, зміцнення його іміджу. Наприклад, якщо поставка вже оплаченої партії товару затримується, доцільно не апелювати до совісті, а просто ввічливо довести до відома, що ви дуже високої про нього думки і хотіли б порекомендувати його послуги своїм знайомим, але не можете цього зробити, оскільки він досі не виконав своїх зобов'язань [11, с.33–34].

У процесі ділового спілкування можуть виникати напружені, конфліктні ситуації, коли співрозмовники відчувають роздратування, фрустрацію, наявність непереборних перешкод, що обумовлює мимовільне «спрацьовування» психологічних захисних механізмів – сублімації, проекції, раціоналізації.

Сублімація полягає в тому, що особистість орієнтує свої дії і поведінку на досягнення іншої мети замість тієї, яка була поставлена спочатку, але виявилася недосяжною. При цьому заміщення мети приносить особистості реальне задоволення. У діловому спілкуванні таке заміщення цілей зустрічається досить часто в діалоговій і погоджувальній фазах. Тому в діалоговій фазі бажано уникати категоричних суджень і виділити спочатку пункти незгоди партнера, намагаючись зрозуміти їх. При прийнятті спільного рішення в погоджувальній фазі головним є пом'якшення і можливе усунення протиріч між відібраними варіантами вирішення проблеми, пошук компромісу або хоча б умовного згоди між партнерами. При цьому

відбувається взаємне блокування певних психічних мотивів партнерів, натомість яких з'являються нові, які дають задоволення своєї більшої результативності.

Проекція, що складається в наділення інших людей власними почуттями, які не прийнятними з точки зору совісті, «Над-Я», може знайти прояв у контактній фазі ділового спілкування. Доброзичливість, посмішка, невеликий нахил голови в бік партнера нейтралізують можливі негативні емоції партнера, спонукаючи його до спілкування.

Такий механізм психологічного захисту, як раціоналізація (пошук зручних причин для виправдання неможливості здійснити ті чи інші дії), зустрічається досить часто в діалоговій фазі ділового спілкування. Тут важлива не тільки психологічна спрямованість на партнера, але вміння слухати і переконувати його. Використовуючи прийоми не рефлексивного і рефлексивного слухання, можна частково послабити психічну протидію. Якщо ж обговорення проблеми затягується, слід зробити паузу, залишивши тим самим відкритими можливості для подальшого ділового спілкування [11, с.63].

Також науковці наголошують, щодо проблем передачі інформації співрозмовнику в ході бесіди можна зробити наступні рекомендації:

1. Використовувати «мову» співрозмовника при передачі йому інформації з метою зведення до мінімуму втрат, що виникають в процесі розмовного спілкування.

2. Починати фазу передачі інформації з «Ви-підходу». Керівник, повинен зуміти поставити себе на місце співрозмовника, щоб краще його зрозуміти, врахувати його інтереси і цілі. Тут важливо стежити і за формулюваннями фраз, наприклад, замість «Я б хотів» сказати «Ви хочете», замість «Я прийшов до висновку» – краще прозвучить «Вам буде цікаво дізнатися, що», а фразу «Хоча вам це і нецікаво» замінити на фразу: «Як ви, напевно, вже про це чули, що».

3. Привести спосіб передачі інформації у відповідність з мотивами і рівнем інформованості співрозмовника, з рівнем його професійної компетентності. Постійно пам'ятати про обмеженість, недосконалість, неясності і неточності мови і про те, що зрозуміле вами ніхто не сприйме так, як ви самі це розумієте.

4. Прагнути перейти від монологу до діалогу, дати можливість співрозмовнику показати, що він знає, комбінувати види питань (закритих, відкритих, риторичних, питань на роздуми, переломних питань). Слідкуйте, щоб ваші запитання містили слова «чому, навіщо, коли, як?». Це виключає односкладові відповіді – «так» і «ні».

5. Спостерігати за реакціями співрозмовника, особливо за невербальними реакціями (жестами, мімікою) і, відповідно змінювати свою поведінку (швидкість, складність викладу інформації).

Наприклад, помітивши мимовільний жест співрозмовника «потирання чола, перенісся», краще сповільнити темп мови і ще раз ясно повторити ключову інформацію (співрозмовник відчуває труднощі в осмисленні рясної або складно викладеної інформації). Якщо співрозмовник стосується кінчика носа, кривить губами, починає дивитися в бік, то, ймовірно, ваша інформація викликала у нього сумніви або навіть роздратування. Також якщо співрозмовник починає потирати підборіддя, то це мимовільний сигнал, що він готовий прийняти якесь рішення. Якщо у вас є побоювання, що це рішення може не відповідати вашим планам, то краще не вербально відстрочити прийняття його рішення (наприклад, подайте йому в руки якийсь документ, папір, щоб перервати його «потирати підборіддя») [13, с. 5].

Для успішної передачі інформації і формування необхідної думки співрозмовника, важливо, щоб зміст вашої мови відповідав наступним правилам:

- професійні знання дають високу об'єктивність, достовірність і глибину викладу;
- ясність дозволяє пов'язати факти і деталі, уникнути двозначності і недовомовленості;
- важлива наочність: максимальне використання наочних посібників, схем, загальновідомих асоціацій і паралелей знижує абстрактність викладу;
- повторення основних викладів і думок сприяє кращому сприйняттю і розумінню інформації;
- розумний обсяг інформації дозволить уникнути вам зануди, яка викликає втому, нудьгу, роздратування співрозмовника (французький мислитель Вольтер зазначив: «Секрет бути нудним полягає в тому, щоб розповісти все»);
- певна частка гумору, а часом іронії може бути доречна, коли потрібно висловлювати не дуже приємні для співрозмовника думки або парировати його «випади»;
- постійна спрямованість до реалізації основних завдань комунікації сприяє логічності та цілеспрямованості викладу;
- ритм бесіди і викладу повинен бути гнучкий, передбачати своєрідні «злети» і «падіння», які використовуються для осмислення інформації у співрозмовника, але до кінця бесіди корисно спробувати підвищити її інтенсивність [9, с. 43-44].

Фаза аргументації природно переплітається з фазою передачі інформації, тут формується попередня думка, займається визначена позиція щодо даної проблеми як з вашого боку, так і з боку співрозмовника, але ще можна спробувати змінити складається думка (позицію).

Для досягнення аргументації важливо:

- оперувати ясними, точними і переконливими поняттями, так як переконливість можна легко «потопити» в морі слів і аргументів, особливо якщо вони незрозумілі і неточні. Аргументи повинні бути достовірними для співрозмовника;
- спосіб і темп аргументації повинні відповідати особливостям темпераменту співрозмовника: лише холерики і сангвініки здатні сприйняти високий темп і обсяг аргументів, а й для них аргументи та докази, роз'яснені окремо, набагато ефективніше досягають мети, ніж якщо їх піднести все разом і відразу (для меланхоліків і флегматиків цей поступовий підхід зовсім необхідний). Не забувайте, що «зайва переконливість» викликає опір з боку співрозмовника, особливо якщо у нього «агресивна натура» (ефект бумеранга);

– уникати простого перерахування фактів, а замість цього викладати переваги або наслідки, що випливають з цих фактів, що цікавлять вашого співрозмовника;

– фаза нейтралізації зауважень співрозмовника, або фаза спростування, часом відіграє вирішальну роль в бесіді.

Якщо на ваші аргументи пішли заперечення опонентів, то:

– вислухайте відразу кілька заперечень;

– співрозмовник дратується, якщо його перебивають, та ще на самому головному;

– не поспішайте з відповіддю, поки не зрозумієте суть заперечення;

– з'ясуйте, чи дійсно заперечення викликані різними точками зору або, може бути, ви неточно сформулювали суть питання;

– питання задавайте так, щоб співрозмовник виявився перед необхідністю вибору між двома варіантами відповіді [1, с.85].

Конкретні питання змушують співрозмовника висловити те, що потрібно сказати, незалежно від його власної думки (наприклад, «Іван Іванович, одним словом, ви даєте згоду на нашу ініціативу чи ні?»; Якщо піде «ні», уточніть, чому).

Чому виникають зауваження? Це можуть бути захисні реакції, спортивна позиція, розігрування ролі, незгоду з діловим критерієм, інший підхід, тактичні роздуми. Які види зауважень зустрічаються? Це можуть бути невисловлені зауваження, застереження, заботони, іронічні зауваження, бажання показати себе, прагнення отримати додаткову інформацію, суб'єктивні зауваження, викликані міжособистісними відносинами, – «причіпки», об'єктивні зауваження по суті справи, проблеми, загальні опору, «остання спроба».

Важливо оперативно здійснювати аналіз зауважень та їх справжньої причини, вибрати відповідний прийом «нейтралізації» зауважень (це можуть бути посилання на авторитети, цитати, переформулювання, умовне згоду, схвалення + знищення, порівняння і згоди співрозмовників з окремих питань до досягнення повної згоди. Доказ безглуздості зауважень або емоційні реакції партнерів, як правило, призводять не до нейтралізації заперечень, а до зростання конфронтації.

Найбільш великі шанси на успішний результат бесіди в тому випадку, якщо партнери володіють навичками слухання і прагнуть здійснити аналіз різних точок зору, альтернатив з позиції «дорослий – дорослий», «на рівних», без «батьківських амбіцій», «непохитність» і «дитячих образ». Корисно враховувати не тільки предметні позиції (думки співрозмовника), але і його міжособистісну позицію і відповідно вибрати прийоми нейтралізації зауважень [3, с.110-111].

Фази пошуку прийнятної або оптимальної рішення, а потім ухвалення остаточного рішення можуть здійснюватися або в стилі співробітництва, рівноправності і взаємної відповідальності, або у формі авторитарного ухвалення рішення одним з партнерів і добровільною або вимушеною згодою, підпорядкуванням іншого співрозмовника. Не проявляйте невпевненості в фазі прийняття рішення. Якщо ви вагаєтеся в момент прийняття рішення, то не дивуйтеся, якщо почне сумніватися і співрозмовник. Зберігайте спокій, уміння аналізувати виходячи зі своїх позицій.

Завжди залишайте в запасі один сильний аргумент, що підтверджує вашу тезу, на той випадок, якщо співрозмовник в момент прийняття рішення почне коливатися. Користуйтеся достовірними аргументами, так як краще, якщо співрозмовник прийме рішення зараз, ніж потім. Але якщо перед вами флегматик, не «гарячкуйте» повільністю прийняття рішення або зовсім відкладанням його, призначенням нової зустрічі (спроби емоційно або логічно «тиснути» на флегматика з метою прискорити прийняття рішення часто безуспішні). Пам'ятайте, що за допомогою напівправди і «тонких маніпуляцій» можна змусити співрозмовника на якесь рішення, але не можна створити коректних ділових відносин. Не здавайтеся занадто легко на милість співрозмовника до тих пір, поки або не іспробуєте всі можливі методи форсування, або поки співрозмовник кілька разів чітко не повторить «ні».

Фіксація домовленості і вихід з контакту – заключний «акорд» бесіди. Підсумки бесіди повинні бути резюмовані, корисно навіть зробити записи про суть рішення в робочий блокнот в присутності партнера (або навіть скласти офіційний протокол рішення) [5, с.67]. Корисно встановити конкретні терміни, спосіб інформування один одного про результати намічених дій. Подякуйте співрозмовника, привітайте його з досягнутим рішенням. Вихід з контакту здійснюється спочатку невербально – змінюється поза, людина відводить очі, встає – і завершується мовним прощанням «До зустрічі», «Успіху» тощо.

Отже, варто під час ділового спілкування провести самоаналіз підсумків і ходу зустрічі, адже це дозволяє усвідомити допущені прорахунки, накопичити корисний досвід на майбутнє, намітити подальшу тактику спілкування. Ініціатива в діловому спілкуванні визначається тим, хто поставив тип контакту, визначив форму постановки мети, висунув прийнятну ідею рішення, хто підбив підсумки обговорення, той у більшій мірі несе і відповідальність за вирішення проблеми. Існує правило «Вчасно віддай ініціативу», що особливо необхідно при розмові начальника з підлеглим. Важливо дати можливість підлеглому висловити свою думку, корисно, щоб підлеглий сам остаточно сформулював рішення, навіть якщо воно запропоновано начальником, оскільки це підвищує активність, знімає відчуження і формальне ставлення підлеглого до проблеми. Сутність конфлікту чи кризи полягає не стільки у виникненні або зіткненні інтересів, скільки в способі їх усвідомлення і вирішення для майбутнього розвитку.

Список використаних джерел:

1. Андреев В.И. Саморазвитие менеджера / В.И. Андреев. – М.: Дело, 2014. – 275 с.
2. Антонов Г.Д. Антикризисное управление организацией: учебное пособие / Г.Д.Антонов. – М., ИНФРА-М, 2015. – 142 с.
3. Бурганова Л.А. Теория управления: Учебное пособие / Л.А. Бурганова. – М.: НИЦ ИНФРА-М, 2014. – 160 с.
4. Бурый С.А. Антикризисное управление та управлінські рішення проблем підприємств малого бізнесу / С.А. Бурый, Д.С. Мацеха. – Хмельницький: ТОВ «Тріада-М», 2006. – 288 с.
5. Смерека С.Б. Теоретико-методологічні засади антикризового управління сфери послуг/С.Б. Смерека//Економічний простір. Збірник наукових праць. – 2008. – №19. – С. 71–81.
6. Мартюшева Л.С. Формування фінансового механізму антикризового управління підприємством / Л.С. Мартюшева, А.Б. Коренева//Вісник

економіки транспорту і промисловості. – 2009. – № 28. – С. 178–182.

7. Чорновіл І.А. Сутнісна характеристика кризи підприємства та причини її виникнення / І.А. Чорновіл//Вісник Хмельницького національного університету. Економічні науки, 2011. – № 2, Т. 1. – С. 10–13.

8. Штангрет А. Антикризове управління підприємством: / А. Штангрет, О. Копилук. – К.: Знання, 2007. – 335 с.

9. Fink S. Crisis Management: Planning for the Inevitable. Bloomington: iUniverse, 2000. –

10. Mitroff I.I., Pauchant Th.C. Transforming the Crisis-Prone Organization: Preventing Individual, Organizational, and Environmental Tragedies. San Francisco: Jossey-Bass Publishers, 1992. – 148 s.

11. Mitroff I.I. Managing Crises Before They Happen: What Every Executive and Manager Needs to Know About Crisis Management. New York: American Management Association, 2001. – 127 s.

12. Luecke R. Crisis Management. Master the Skills to Prevent Disasters. Boston: Harvard Business School Press, 2004. –

13. Whitcomb G. In Pursuit of Early Warning // Stop Disasters. – 1995. – № 9 (25). s. 5–6.

СУТНІСТЬ ТА НАПРЯМКИ ЗАБЕЗПЕЧЕННЯ ПЛАТОСПРОМОЖНОСТІ ПІДПРИЄМСТВ В УМОВАХ КРИЗИ

**КРИЖАНОВСЬКА Є., 3 курс (ОС «бакалавр») ФУСОХТ ЧТЕІ КНТЕУ
спеціальність «Менеджмент організації торгівлі»
наук. кер. Вудвуд В.В.**

В статті розкрито підходи до визначення поняття «платоспроможність». Розглянуто основні вимоги до забезпечення необхідного рівня платоспроможності підприємства. Запропоновано напрями збереження та ефективного управління достатнім рівнем платоспроможності підприємств в умовах кризи.

The article describes approaches to the definition of "solvency". The main requirements for providing the necessary level of solvency of the enterprise are considered. The directions of preservation and effective management of a sufficient level of solvency of enterprises in the conditions of crisis are offered.

В наш час здійснення ефективної господарської діяльності підприємствами ускладнюється фінансово-економічною, політичною кризами та військовими діями на Сході держави. Все це призводить до обмеження доступу до сировини, втрати ринків збуту, гострого дефіциту фінансових ресурсів, неплатоспроможності підприємств, скорочення виробництва. Підприємства не здатні підтримувати рівень розвитку, досягнутий при порівняно стабільній ситуації на ринках товарів, фінансових послуг, тому опиняються у фінансовій скруті, а окремі банкрутують.

Такі обставини вимагають від всіх підприємців вирішення нових завдань, пов'язаних з підтримкою та забезпеченням їх стабільного економічного розвитку. Зберегти свої ринкові позиції підприємства можуть тільки, якщо застосовують ефективне фінансове управління, спрямоване на формування у контрагентів позитивних очікувань щодо здатності виконувати свої фінансові зобов'язання перед ними, державою, а також працівниками.

Через сучасні виклики та кризовий стан економіки України підприємствам стає все важче підтримувати стабільне функціонування і розвиток, вчасно і якісно виконувати взяті на себе економічні та фінансові зобов'язання, що обов'язково призводить до банкрутства. Визнання підприємства банкрутом пов'язано з втратою мінімального рівня платоспроможності, необхідного для подальшого його функціонування. У зв'язку з цим професійне вивчення та оцінка платоспроможності, а також розробка заходів її забезпечення стають першочерговими цілями підприємства задля забезпечення його виживання.

Якщо підприємство платоспроможне, воно має перевагу перед іншими підприємствами того ж профілю в залученні інвестицій, в отриманні кредитів, у виборі постачальників і в підборі кваліфікованих кадрів. Воно гармонійно співіснує з усіма агентами суспільно-економічної системи, оскільки своєчасно здійснює платежі до бюджетів, соціальних фондів, виплачує заробітну плату своїм працівникам, дивіденди – акціонерам, а постачальникам матеріальних ресурсів гарантує оплату відповідно до умов договорів, банкам – повернення кредитів і сплату відсотків за ними.

У цих умовах зростає актуальність дослідження теоретико-методичних та прикладних засад забезпечення платоспроможності підприємств, удосконалення системи управління нею, на формування відповідних засобів та інструментів аналітичного обґрунтування прийняття управлінських рішень.

З розвитком ринкових перетворень в економіці України з'явилася значна кількість публікацій, присвячена проблемним аспектам управління платоспроможністю підприємства, насамперед, її аналізу та оцінці. Дані питання досліджували вітчизняні науковці, зокрема, Г.І. Базецька, Л.Г. Суботовська, Ю.В. Ткаченко [1], О.О. Дробишева [2], О.В. Іваннікова [3], Т.М. Ковальчук, А.І. Вергун [4], О.Є. Майборода, А.О. Лесняк [5], О.О. Непочатенко, Н.Ю. Мельничук [6], Д.І. Нех [7], О.Ф. Томчук, В.Ю. Фабіянська, Г.О. Довгополюк [8], Р.В. Федорович [9], О.С. Харченко [10], В. О. Шевчук, О. В. Коновалова, В. П. Пантелеев [11], Н. Г. Шпанковська, Г.О. Король, К.Ф. Ковальчук [12] та інші. Однак ці питання залишаються актуальними і досі та потребують подальших досліджень і рекомендацій щодо їх вирішення.

Метою статті є дослідження та розвиток основних теоретичних і прикладних засад управління платоспроможністю підприємств

Об'єктом дослідження є основні напрями формування сутності достатнього забезпечення кількості фінансових ресурсів підприємства, що забезпечує його високу платоспроможність.

Предмет дослідження є процес забезпечення платоспроможності підприємства.

На думку Томчук О.Ф. платоспроможність означає наявність у підприємства грошових коштів та їхніх еквівалентів, достатніх для розрахунків по кредиторській заборгованості, що потребує негайного погашення. Тобто основними ознаками платоспроможності є:

- наявність в достатньому обсязі коштів на поточних рахунках;
- відсутність простроченої кредиторської заборгованості [8, с. 345].

Аналіз економічної літератури та нормативних-правових документів свідчить про наявність різних підходів до трактування сутності платоспроможності підприємства.

Підходи науковців до визначення сутності платоспроможності підприємства можна звести до таких трьох підходів:

— західний - платоспроможність визначається наявністю власних оборотних коштів та здатністю покривати збитки;

— російський - платоспроможність визначається як здатність підприємства виконувати свої зобов'язання;

— вітчизняний - платоспроможність представлена як важливий показник фінансової стійкості [5, с. 257].

В умовах фінансової кризи питанню платоспроможності суб'єктів господарської діяльності приділяється особлива увага, оскільки платоспроможність підприємства є найважливішим показником, що характеризує фінансовий стан підприємства. Існує безліч трактувань поняття «платоспроможність» різними науковими діячами, тому розглянемо декілька з них (табл. 1).

Таблиця 1

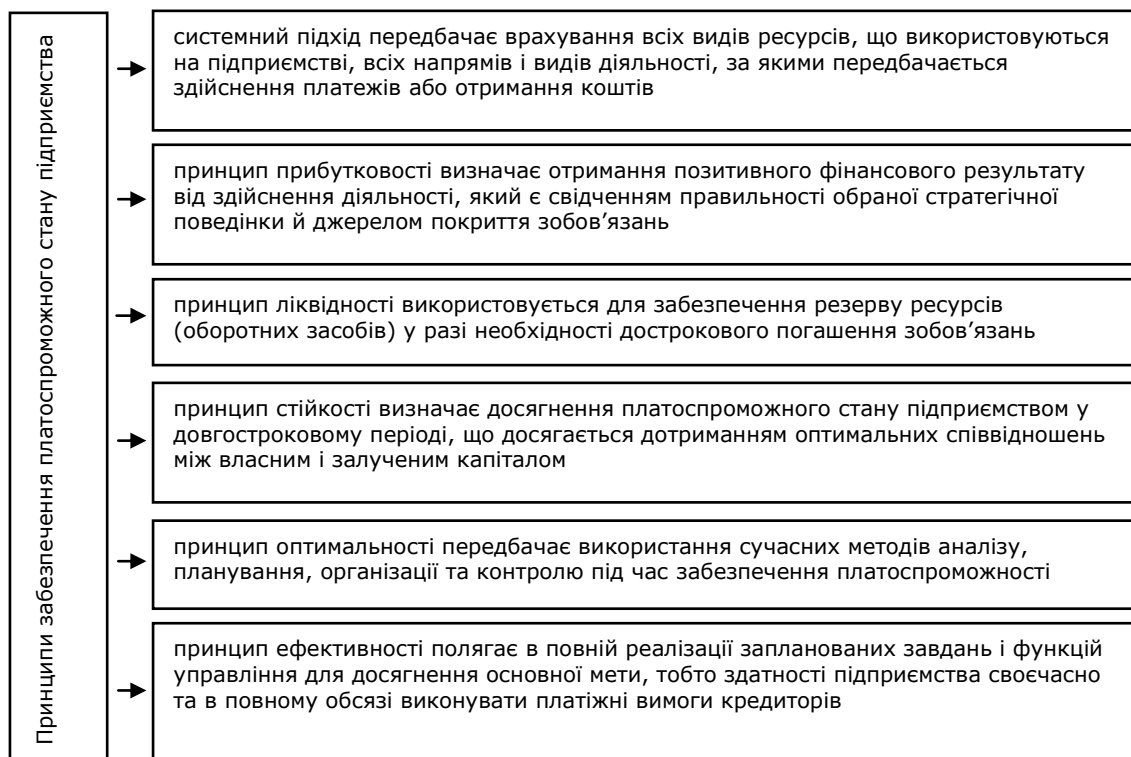
Визначення поняття «платоспроможність» у різних джерелах

Автор	Характеристика терміну
Р.В. Федорович, В.М. Серединська. [9, с. 422]	Платоспроможність – це готовність підприємства своєчасно виконувати свої платіжні зобов'язання, тобто підприємство вважається платоспроможним, коли у нього достатньо грошових активів для розрахунку за поточними зобов'язаннями, які вимагають негайного погашення
Н. Г. Шпанковська [12, с. 112]	Платоспроможність – це здатність погасити свої зобов'язання негайно
Т.М. Ковальчук [4, с. 45]	Платоспроможність означає наявність у підприємства грошових ресурсів та їхніх еквівалентів, достатніх для розрахунків за кредиторською заборгованістю, яка потребує негайного погашення
Шевчук В. О. [11, с. 109]	Платоспроможність – це здатність готівковими грошовими ресурсами своєчасно погашати свої платіжні зобов'язання
Г.І. Базецька [1, с. 187]	Платоспроможність – це спроможність підприємства здійснювати платежі наявними засобами або засобами, які постійно поповнюються за рахунок його діяльності спроможність підприємства здійснювати платежі наявними засобами
О.О. Непочатенко [6, с. 365]	Платоспроможність – це можливість підприємства наявними грошовими ресурсами своєчасно погасити свої строкові зобов'язання

Платоспроможність можна трактувати як здатність в повному обсязі та у визначений час розраховуватися грошовими коштами за зобов'язаннями, а також безперервну спроможність ефективного здійснювати свою фінансово-господарську діяльність.

Високий рівень платоспроможності – необхідна складова характеристики будь-якого стабільно функціонуючого суб'єкта господарювання. Саме тому зацікавленими в грамотній оцінці його стану платоспроможності будуть як керівники даного підприємства, так і його потенційні партнери. Але, на жаль, більша частина підприємств характеризується низькою платоспроможністю, основними причинами якої є помилкове визначення плану виробництва; втрата ефективних каналів збуту; неефективне використання трудових і матеріальних ресурсів; інфляційні процеси; податкова політика [3, с. 131].

Рис. 1. Принципи забезпечення платоспроможного стану підприємства



Основними вимогами (принципами) до забезпечення платоспроможного стану підприємства визначено системний підхід, прибутковість, ліквідність, стійкість, оптимальність й ефективність.

З метою підтримання належного рівня платоспроможності підприємства на довгострокову перспективу, варто виконувати наступні завдання:

- досягати високого рівня конкурентоспроможності підприємства;
- ефективно вкладати власні та позикові засоби;
- збільшувати обсяги діяльності підприємства та рівень освоєння нових ринків збуту продукції;
- знижувати ризики втрати платоспроможності на довгострокову перспективу [10, с. 67].

Принципи забезпечення платоспроможного стану підприємства наведені на рис. 1.

Основними факторами, які впливають на рівень отриманого прибутку та позитивного грошового потоку підприємства є:

- рівень зміни попиту покупців на пропонувану продукцію;
- рівень зміни обсягів виробництва та реалізації продукції у підприємств-конкурентів;
- можливості щодо зниження витрати на виробництво та реалізацію продукції;
- можливості щодо збільшення ціни на продукцію зі збереженням або збільшенням обсягів реалізації;
- рівень зміни ризикових позицій підприємства.

З метою відновлення або ж підтримання достатнього рівня прибутковості в період кризи на підприємства варто:

- зберігати задані обсяги виробництва та реалізації продукції;
- прискорювати рівень оборотності оборотних активів;
- знижувати рівень заборгованості [2, с. 90].

Отже, до основних напрямків забезпечення достатнього рівня платоспроможності на етапі подолання кризи неплатежів можуть бути: прибуткове вкладення вільних коштів, проведення результативної маркетингової та ризикової політики, раціональне використання залучених ресурсів (рис. 2).

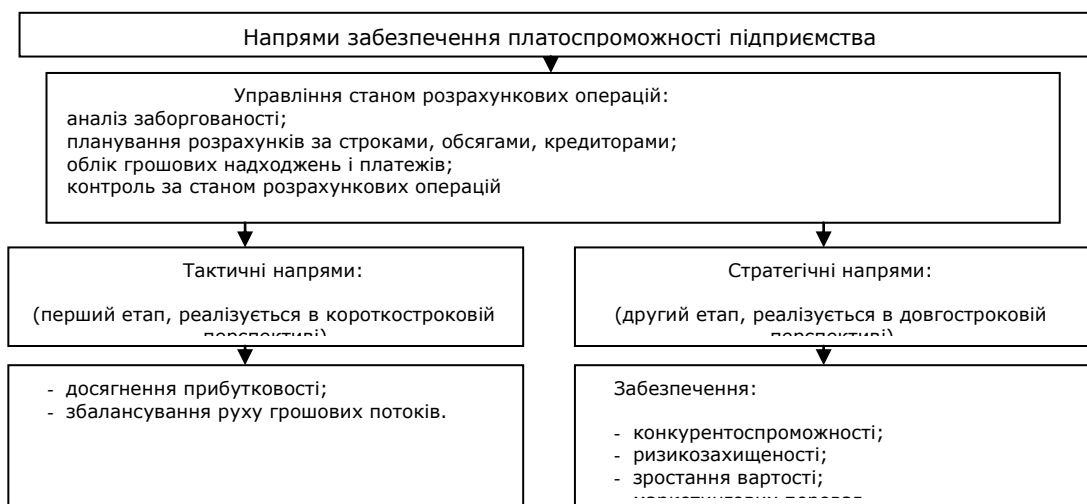


Рис. 2. Напрями забезпечення платоспроможності підприємства в умовах кризи

Напрямом досягнення прибутковості у короткостроковому періоді є прискорення оборотності активів. Прискорення оборотності для підвищення ефективності використання коштів пропонується здійснювати за такими рекомендаціями:

1) скорочення запасів товарно-матеріальних цінностей: досягається через синхронізацію обсягів поставок запасів і обсягів виробництва (продажу) продукції;

2) підвищення ефективності управління дебіторською заборгованістю: для зменшення втрат від відволікання оборотних коштів у дебіторську заборгованість необхідно: визначення надійності покупців продукції;

3) підвищення ефективності управління необоротними активами у кризовий період за рахунок:

- реалізації обладнання, яке не використовується у виробничому процесі;
- оренди обладнання замість купівлі;
- вибору оптимального методу нарахування амортизації, який дозволив би скоротити витрати підприємства і зменшити розмір оподаткованого прибутку.

Наступною, не менш важливою, тактичною задачею у збалансуванні руху грошових коштів підприємства з метою підтримання належного рівня платоспроможності є узгодження грошових потоків як вхідних, так і вихідних за видами діяльності, часом їх виникнення та здійснення, обсягами, а також забезпечення дотримання підприємством економії грошових коштів та в період економічних спадів їх використання лише на цілі виробництва.

В період кризи важливо у процесі здійснення основної діяльності підприємства, налагодити ефективну та безперебійну систему збуту продукції, забезпечувати належний рівень продуктивності праці та якості виробленої продукції.

В період кризи підприємства доволі часто зустрічаються з проблемою браку власних коштів, а також обмежених можливостей щодо залучення кредитних ресурсів. Тому, в період кризи варто забезпечити

оптимальну структуру капіталу підприємства за рахунок реорганізації кредитної заборгованості, реструктуризації обсягів наявних кредитних ресурсів, а також провадження політики мінімальних дивідендних виплат.

Відновлення прибутковості є комплексним завданням при забезпеченні платоспроможності підприємства у кризовий період. Його вирішення потребує дотримання принципу оптимальності і урахування взаємопов'язаності показників рентабельності, обіговості та заборгованості. Збалансування руху коштів у короткостроковому періоді досягається узгодженістю грошових потоків за операційною, інвестиційною і фінансовою діяльністю у часі і за обсягами при реалізації заходів зі скорочення витрат і зростання грошових надходжень [7, с. 49].

Одним з найвагоміших чинників, що визначають рівень платоспроможності та ліквідності підприємства є політика фінансування активів підприємства.

Основними шляхами прискорення процесу залучення коштів на підприємстві можуть бути:

1) вивільнення додаткових грошових коштів за рахунок реалізації частини основних засобів, які не використовуються на підприємстві;

2) додаткове залучення коштів шляхом скорочення термінів обігу дебіторської заборгованості за реалізовану продукцію (товари, роботи, послуги).

До шляхів уповільнення виплати грошових коштів на підприємстві в короткостроковому періоді можна віднести:

1) зниження витрат на капітальні інвестиції на основі перегляду проектів капітальних вкладень за рівнем важливості;

2) погашення боргів перед кредиторами шляхом їх розмежування за рівнем пріоритетності.

3) розмежування виплат кредиторам за ступенем пріоритетності для зменшення відтоку коштів [8, с. 350].

До основних важелів оптимізації платоспроможності варто віднести:

- зростання власних джерел фінансування – за рахунок підвищення прибутковості діяльності і подальшого спрямування чистому прибутку на збільшення власних засобів;

- вдосконалення роботи з управління оборотним капіталом – резерви оптимізації оборотного капіталу можуть полягати в скороченні періодів обороту елементів поточних активів і (або) збільшенні періодів обороту елементів поточних пасивів.

- оптимізація інвестиційної політики – приведення масштабів капітальних вкладень у відповідність реальним фінансовим можливостям організації;

- оптимізація фінансової політики – відмова від фінансування капітальних вкладень за рахунок короткострокового кредитування;

- реалізація частини постійних активів, не використовуваних в процес виробництва [5, с. 258].

Отже, платоспроможність підприємства є головною передумовою його ефективної діяльності, тому що надає можливість підприємству вчасно платити за свої борги, і в кінцевому результаті забезпечувати безперерйну господарську діяльність. Характерними причинами, які тягнуть за собою втрату платоспроможності, можна вважати неприйнятно високі витрати підприємства, повну втрату попиту на продукцію даного підприємства, надмірний податковий тягар, зростання залежності від кредиторів, невиправдані, високоризикові рішення керівництва. Підприємству варто вживати своєчасних заходів з метою забезпечення платоспроможності як в короткостроковому, так і довгостроковому періоді.

Список використаних джерел:

1. Базецька Г.І., Суботовська Л.Г., Ткаченко Ю.В. Фінанси підприємства: планування та управління у виробничій сфері [навч. посіб.]. Х.: ХНАМГ, 2012. 292 с.
2. Дробишева О.О. Оцінка платоспроможності і фінансової стійкості у системі антикризового управління. *Економіка та управління підприємствами*. 2017. №3. С. 89-91.
3. Іваннікова О.В. Аналіз платоспроможності як фактора фінансової стійкості малих підприємств. *Проблеми системного підходу в економіці випуск*. 2017. № 2(58). С. 130-136.
4. Ковальчук Т.М., Вергун А.І. Фінансовий аналіз у системі управління реальними інвестиціями: монографія. Чернівці: Чернівецький нац. ун-т, 2011. 246 с.
5. Майборода О.Є., Лесняк А.О. Платоспроможність підприємства та формування системи її забезпечення. *Глобальні та національні проблеми економіки*. 2017. №18. С.256-260.
6. Непочатенко О.О., Мельничук Н.Ю. Фінанси підприємств: [підручник]. К.: Центр учбової літ., 2013. 504 с.
7. Нех Д. І. Підвищення ліквідності та платоспроможності підприємства в контексті покращення його фінансового стану (на прикладі ПАТ «Укртелеком»). *Наукові записки Національного університету «Острозька академія»*. 2016. № 3(31). С. 48-52.
8. Томчук О.Ф., Фабіянська В.Ю. Довгополюк Г.О. Оцінка ліквідності та платоспроможності в контексті фінансового стану підприємства. *Східна Європа: економіка, бізнес та управління*. 2016. № 5 (05). С. 345-351.
9. Федорович Р.В. Економічний аналіз: навч. посібник [Текст]. Тернопіль: Астон, 2010. 624 с.
10. Харченко О.С. Управління платоспроможністю в системі фінансової безпеки підприємств: дис. канд. екон. наук; ПВНЗ «Європейський університет». К., 2015. 253 с.
11. Шевчук В. О., Коновалова, О. В., Пантелеєв В. П. Аналіз господарської діяльності: [навч. посібник]. К. : ДП «Інформ.-аналіт. Агентство», 2011. 399 с.
12. Шпанковська Н. Г., Король Г.О., Ковальчук К.Ф. Аналіз господарської діяльності: теорія, методика, розбір конкретних ситуацій : [навч. посібник]. К. : «Центр учбової літератури», 2012. 328 с.

ВИКОРИСТАННЯ ФУНКЦІОНАЛЬНОГО ТА ПРОЦЕСНОГО ПІДХОДІВ УПРАВЛІННЯ В ДІЯЛЬНОСТІ ПІДПРИЄМСТВА

САЛАМАХА О., 1 курсу (ОС «магістр») ФУСОХТ ЧТЕІ КНТЕУ
спеціальність «Менеджмент»
наук. кер. Долга Г.В.

У статті визначено поняття організаційної структури управління та перелічено основні види підходів управління, що використовуються на підприємствах. Охарактеризовано особливості функціонального підходу управління та перераховано його основні недоліки. Наведено основні переваги та недоліки процесного підходу управління, надано порівняльну характеристику функціонального та процесного підходів управління підприємством. Визначено можливий напрямок поліпшення порівнюваних підходів до найбільш оптимальної форми управлінської діяльності на підприємстві.

The article defines the concept of the organizational structure of management and lists the main types of management models used in enterprises. The features of the functional model of management are characterized and its main disadvantages are listed. The main advantages and disadvantages of the process management model are indicated, the comparative characteristics of the functional and process management approaches of the enterprise are given. The possible direction of improvement of the compared models to the most optimal form of management activity at the enterprise is determined.

Сьогодні рівень розвитку міжнародної економіки характеризується підвищенням рівня світової глобалізації. Підприємницька діяльність піддається постійному впливу зовнішніх факторів, і тому одним з головних завдань у забезпеченні ефективного функціонування підприємства є адаптація організаційної структури управління до ринкових умов.

Питанню вдосконалення системи управління підприємством присвятили свої наукові роботи велика кількість вітчизняних та зарубіжних вчених таких як: К.С. Безгін, І.В. Гришина[2], В. В. Репин, В. Г. Елифиров[3], Л. О. Лазаренко[4], Н. О. Бурбело[5], та інші. Проте дане питання потребує більш ґрунтовного дослідження, що дозволить оптимізувати та вдосконалити систему управління вітчизняними підприємствами.

Метою роботи є дослідження використання функціонального та процесного підходів управління в діяльності підприємства.

У науковій літературі існує безліч визначень поняття організаційної системи управління, у більшості випадків під системою управління розуміють сукупність структурних підрозділів підприємства, підпорядкованих елементів, а також взаємозв'язків між ними, що забезпечують раціональний розподіл прав та повноважень між працівниками з метою формування та реалізації цілей підприємства.

У сучасній теорії та практиці управління підприємствами виокремлюється значна кількість різноманітних підходів управління – маркетинговий, предметний, функціональний, процесний, динамічний, кількісний, поведінковий, ситуаційний, системний, директивний, нормативний тощо[1]. Найбільш поширеним на вітчизняній арені є функціональний підхід й відповідна модель побудови системи управління. Особливістю функціонального підходу управління є те, що підприємство розглядається як механізм, функції якого розподіляються між різними підрозділами. Учасникам даної системи делегуються вузькоспеціалізовані завдання, що не пов'язані з прямим виконанням основної місії підприємства. При практичній реалізації функціональної системи управління, за умов посилення конкуренції та динамізму зовнішніх факторів впливу на підприємства, функціональний підхід часто не приносить очікуваної ефективності. Причинами цього можна вважати:

- низький рівень зацікавленості працівників у кінцевому результаті;
- звуження інтересів працюючих до рівня своїх функціональних підрозділів;
- зниження цілеспрямованості управління;
- ускладнення інформаційного обміну між підрозділами підприємства;
- скорочення активності інноваційних процесів;
- погіршення координації функцій виробництва, маркетингу, логістики, тощо.

На думку К.С. Безгіна, сучасна вітчизняна управлінська діяльність має певні недоліки, а саме: низький рівень керованості організаційних структур управління; стагнація вітчизняних підприємств; слабкі показники гнучкості та адаптивності систем управління до впливів зовнішніх факторів; значний рівень бюрократизації підприємств, тощо[2].

Сучасні умови динамічного розвитку ринкового середовища вимагають пошуку найбільш продуктивних підходів управління підприємством та їх пристосування до нестійких умов господарювання. Тому сьогодні відбувається перехід від функціонального до процесного підходу управління. Головною метою даного переходу є зниження собівартості кінцевого результату виробництва та підвищення його споживчої цінності. Процесний підхід управління базується на такій організації функціонування підприємства, згідно якого діяльність підприємства розподіляється на окремі блоки діяльності, а саме підприємство розглядається як структурована система що складається з великої кількості взаємопов'язаних бізнес-процесів, результатом яких є кінцевий результат (продукт чи послуга).

Сьогодні у науковій літературі бізнес-процес прийнято визначати як:

- процес з послідовності операцій на підприємстві, які спрямовані на перетворення деяких вхідних інформаційно-матеріальних потоків з метою отримання результатів, які мають цінність для клієнта;
 - процес створення доданої вартості, що задовольняє потреби клієнта;
 - сукупність взаємопов'язаних функцій, які мають один або більше входів і виходів і завершуються створенням необхідного продукту;
 - упорядкований процес перетворення множини входів у безліч виходів, який реалізує бізнес-функцію підприємства;
 - набір послідовних дій, які призводять до вирішення певної підприємницької задачі [3].
- Основними рисами процесного управління підприємством є [4]:
- широке делегування повноважень і відповідальності виконавцям;

- скорочення кількості рівнів прийняття рішень;
- підвищення уваги до якості продукції (послуг);
- формалізація технологій виконання бізнес-процесів з ціллю їх автоматизації.

У таблиці 1 наведено порівняльну характеристику процесного та функціонального підходів управління підприємством.

Таблиця 1

Порівняльна характеристика процесного та функціонального підходів управління		
Критерій порівняння	Процесний підхід	Функціональний підхід
Загальна мета діяльності	Оптимальна організація діяльності, вдосконалення	Одержання прибутку
Організаційна структура	Індивідуально адаптована, орієнтована на нововведення	Лінійна, функціональна, лінійно-функціональна
Критерій ефективності	Комплексний показник економічної ефективності, задоволення споживачів, показників якості	Рентабельність
Здатність до адаптації	Висока	Низька
Основна цінність	Знання, інформація	Капітал
Основна концепція	Розвиток за органістичним типом	Розвиток за механістичним типом
Компетенції персоналу	Високий рівень компетенції, широка спеціалізація	Низький рівень професіоналізму, вузька спеціалізація
Повноваження й відповідальність	Децентралізація	Централізація
Комунікації	Переважно горизонтальні	Переважно вертикальні
Реакція на зміни	Інтерактивна	Реактивна
Стиль управління	Демократичний	Авторитарний

Джерело: Розроблено автором за [2;5]

Попри очевидну інноваційність процесного підходу та велику кількість позитивних критеріїв, необхідно зазначити, що даний підхід управління має один вагомий недолік – це складність його практичної реалізації у чистому вигляді. Через необхідність регламентації і опису кожного процесу, документального оформлення відповідно до розроблених стандартів, більшість керівників відмовляються від реформування системи управління, навіть розуміючи її необхідність. Сьогодні викликають багато дебатів самі стандарти ISO, які потребують більш точного і обґрунтованого викладу вимог і критеріїв побудови бізнес-процесів [6]. Тому, з метою мінімізації недоліків окремого методу управління велика кількість управлінців комбінують прийоми і підходи різних управлінських підходів, створюючи свого роду гібридні системи управління. Так, через труднощі реалізації процесного підходу підприємці компенсують недоліки уже впровадженого в діяльність організації функціонального підходу елементами процесного управління. Саме перехідні форми, які розробляються як тимчасові, часто діють на постійній основі, є виправданими і раціональними.

Однією з таких гібридних форм управління підприємством є модель процесно-орієнтованого підходу управління. Процесно-орієнтоване управління є умовно перехідним від функціонального до процесного і є дієвим інструментом забезпечення ефективності управління багатьох вітчизняних підприємств. Механізм процесно-орієнтованого управління підприємством є найбільш оптимальною саморегулюючою системою управління, що здатна забезпечити розвиток підприємства в довготривалій перспективі і досягнення його стратегічних цілей.

Проведене дослідження дозволило зробити висновки, що сьогодні в управлінні вітчизняними підприємствами найчастіше використовується функціональний підхід управління. Даний підхід управління є дещо застарілим і має ряд недоліків, тому сьогодні відбувається перехід від функціонального до більш продуктивного процесного підходу управління. Головною метою даного переходу є зниження собівартості кінцевого результату виробництва та підвищення його споживчої цінності.

Проте, попри свою інноваційність та велику кількість позитивних критеріїв, процесний підхід управління є досить складним при практичній реалізації у чистому вигляді. І тому, з метою зменшення недоліків, велика кількість управлінців комбінуює на підприємствах елементи різних підходів. Так в управлінській діяльності з'явився процесно-орієнтований підхід управління, який є умовно перехідним від функціонального до процесного. Дане поняття, на нашу думку, потребує поглибленого дослідження.

Список використаних джерел:

1. Сучасні підходи в управлінні підприємством. [Електронний ресурс]. — Основи менеджменту (2014) Режим доступу: <https://library.if.ua/book/3/302.html>
2. Безгін К. С. Порівняльний аналіз процесного та функціонального підходів до управління підприємством. [Електронний ресурс] / К.С. Безгін, І.В. Гришина // Режим доступу: <http://dspace.nbuv.gov.ua/bitstream/handle/123456789/45271/1-BEZGIN.pdf?sequence=1>
3. Репин В. В. Процессный подход к управлению. Моделирование бизнес-процессов / В. В. Репин, В. Г. Елифиров. — М.: Стандарты и качество, 2006.— 408 с
4. Лазаренко Л.О. Сучасна модель управління підприємством. [Електронний ресурс]. — Режим доступу:

ФОРМУВАННЯ І ВИКОРИСТАННЯ ОБОРОТНОГО КАПІТАЛУ ПІДПРИЄМСТВА

**ЧОРНЕЙ І., 1 курс (ОС «магістр») ФОФЕД ЧТЕІ КНТЕУ
спеціальність «Фінанси, банківська справа та страхування»
наук. кер. Вудвуд В.В.**

У статті досліджено питання структурування оборотного капіталу, висвітлені внутрішні взаємозв'язку його форм за стадіями кругообігу і джерелами формування і поповнення. Розглянуто власні та залучені джерела формування оборотного капіталу, їх переваги, недоліки, можливості використання. З позиції раціонального співвідношення між власними і позиковими джерелами формування оборотного капіталу обґрунтована його оптимальна структура.

The article presents the analysis of the definition of "accounting and analytical provision of accounting and reporting" on the basis of the works of scientists-economists. The author proposes a scheme for information and analytical support for the accounting and reporting of a small enterprise, which is developed as a result of studying the sources and objectives of the formation of such provision.

Наявність оборотного капіталу є обов'язковою умовою виробництва і реалізації продукції підприємством. Проте важливим аспектом є не тільки наявність цього капіталу, але і його структурування. Саме воно висвітлює внутрішні взаємозв'язку форм оборотного капіталу за стадіями кругообігу і джерелами формування та поповнення. Тому велике практичне значення має раціональна структура вкладеного оборотного капіталу на кожній стадії його кругообігу. На новостворених підприємствах величина оборотного капіталу залежить, перш за все, від проектних розмірів, форми власності, організаційно-правового статусу та виду діяльності.

Метою даної статті є обґрунтування особливостей формування і використання оборотного капіталу підприємства на різних етапах його діяльності.

Об'єктом дослідження є вивчення та дослідження формування і використання оборотного капіталу підприємства в цілому.

Предметом дослідження є економічні, правові та наукові основи формування і використання оборотного капіталу в господарській діяльності підприємства.

Значний внесок у розвиток теоретичної сутності формування і використання оборотного капіталу внесли такі провідні вчені, як Бланк І. А., Лігоненко Л. О., Райс Т., Маркіна І.А., Олійник Л.В., Ротар Д. А., Сопко В.В., Л. Харріса, Т. Крампа. Однак, досить багато наукових доробок щодо вирішення даної проблеми, ще не дали можливість сформувати єдину теоретичну базу, яка дала б відповідь на цілий ряд запитань управління формуванням і використанням оборотного капіталу підприємства.

Формування оборотного капіталу має свої особливості і відбувається на підприємстві в три етапи:

- початкове формування оборотного капіталу при створенні, що базується на статутному капіталі підприємства. У цьому випадку джерелом формування оборотного капіталу є частина статутного капіталу, а також інші надходження, в тому числі пайові внески;
- підтримання кругообігу оборотного капіталу діючого підприємства. Воно передбачає постійне поповнення оборотного капіталу відповідно до тривалості виробничих і фінансових циклів різних видів операційної діяльності підприємства;
- зростання обсягів оборотного капіталу при розширенні обсягів і масштабів фінансово-господарської діяльності підприємства. Це передбачає пошук додаткових інвестиційних можливостей довгострокових вкладень.

Таким чином, рух оборотного капіталу потребує постійної зміни його величини в залежності від стадій розвитку підприємства.

В умовах ринкової економіки для підприємств усіх форм власності та організаційно-правового статусу оборотний капітал формується за рахунок власних і залучених джерел.

Власні джерела формування оборотного капіталу підприємства – необхідна передумова для досягнення рентабельної його діяльності та основа для збереження майнової та фінансової самостійності і незалежності.

При подальшому функціонуванні підприємства велике значення має наявність надійних джерел поповнення оборотного капіталу. Потреба в поповненні оборотного капіталу викликають як позитивні, так і негативні фактори. До позитивних належать розширення обсягу виробництва в результаті зростання попиту на продукцію, до негативних – підвищення цін на сировину, матеріали та енергоносії; наявність податкового тиску на товаровиробників, яке призводить до вилучення власного оборотного капіталу в бюджет; інфляція, яка призводить до вилучення з обороту оборотного капіталу; невиконання вимог платіжної дисципліни, яке обумовлює зростання дебіторської та кредиторської заборгованості і, відповідно, стає причиною уповільнення оборотності оборотного капіталу.

Для діючих підприємств можливі джерела поповнення залежать від фінансового стану і результативності економічної діяльності. Власним джерелом поповнення оборотного капіталу є прибуток. Однак цим джерелом володіють тільки прибуткові підприємства, у яких вартість вкладеного оборотного капіталу після завершення кругообігу збільшується за рахунок частини отриманого чистого прибутку. А у збиткових підприємств вартість вкладеного оборотного капіталу, навпаки, зменшується на величину

отриманого збитку.

Не менш важливим власним джерелом поповнення оборотного капіталу є вільні залишки амортизаційних відрахувань. Хоча безпосереднє призначення амортизації – це фінансування відтворення основного капіталу, процес накопичення її необхідного обсягу для здійснення капітальних інвестицій довготривалий. Протягом цього періоду амортизацію можна тимчасово використовувати як джерело поповнення оборотного капіталу.

Проте в процесі діяльності підприємство має реальну можливість поповнювати оборотний капітал за рахунок коштів, які йому не належать, але постійно знаходяться в його обороті і можуть бути використані в сумі їх мінімальних залишків. Це мінімальна заборгованість по оплаті праці та тимчасово вільні залишки резерву на покриття майбутніх платежів, заборгованість перед бюджетом тощо. Названі ресурси формують планову кредиторську заборгованість підприємства. На практиці її прирівнюють до власного оборотного капіталу. Однак в умовах ринкового господарювання функція такого джерела поповнення обмежується, оскільки щодо всіх поточних зобов'язань зменшується період його перебування на підприємстві.

У сучасних умовах одним із способів поповнення оборотного капіталу є комерційний кредит. Це відстрочка платежу за придбані товари, виконані роботи і надані послуги. Основними формами комерційного кредиту є кредиторська заборгованість, в т.ч. оформлена векселями, і отримані від покупців аванси. Крім цього, тимчасова додаткова потреба в оборотному капіталі може бути забезпечена за допомогою короткострокових кредитів банківських установ.

При раціональному формуванні оборотного капіталу необхідно враховувати особливості використання як власного, так і позикового капіталу. Якщо підприємство надає істотну перевагу власним джерелам формування, то воно має високу фінансову стійкість, але обмежує темпи розвитку діяльності. Користуючись позиковим капіталом, підприємство збільшує потенціал свого розвитку, ризикуючи рівнем фінансової автономії.

З позиції раціонального співвідношення між власними і позиковими джерелами формування оборотного капіталу оптимальною вважають таку його структуру, коли забезпечується найбільш ефективна пропорція між фінансовою рентабельністю і фінансовою стійкістю підприємства.

Зарубіжні економісти виділяють три типи стратегії формування та поповнення оборотного капіталу: метод узгодження термінів існування матеріалізованих форм капіталу і зобов'язань, агресивну стратегію і консервативну стратегію [1; 2].

Перший метод полягає в узгодженні термінів існування матеріалізованих форм оборотного капіталу і зобов'язань (кредиторської заборгованості). Основна мета даної стратегії – зменшення ризику неможливості підприємств у встановлений термін розрахуватися з кредиторами. Цей метод іноді ще називають методом хеджування термінів існування активів і кредиторської заборгованості. Він передбачає формування постійної частини оборотного капіталу за рахунок довгострокових кредитів, а змінну частину оборотного капіталу формують за рахунок поточних пасивів. Теоретичну можливість узгодження термінів існування активів і зобов'язань досить важко реалізувати на практиці, що зумовлено непередбачуваністю термінів функціонування активів.

Агресивна стратегія формування оборотного капіталу передбачає, що підприємство формує весь обсяг основного капіталу і частину постійного оборотного капіталу за рахунок довгострокових кредитів і власного капіталу, а залишки оборотного капіталу – за рахунок короткострокових кредитів і довгострокової кредиторської заборгованості. Межі залучення довгострокових кредитів можуть опускатися нижче потреби в основному капіталі, що передбачає формування певної частини основного капіталу за рахунок короткострокових кредитів і кредиторської заборгованості. Така політика пов'язана з ризиком і створює проблеми для забезпечення поточної платоспроможності і фінансової стійкості підприємства.

Консервативна стратегія протилежна агресивній, передбачає формування постійної частини оборотного капіталу і частини змінного оборотного капіталу за рахунок власних джерел і довгострокових зобов'язань. Іншу половину змінної частини оборотного капіталу необхідно поповнювати за рахунок короткострокового позикового капіталу, в основному спонтанної кредиторської заборгованості. Формуючи і поповнюючи оборотний капітал за такої стратегії, підприємства використовують тільки незначний обсяг планового короткострокового кредиту і тільки в ті моменти, коли необхідність в оборотному капіталі є найбільшою. Коли потреби в оборотному капіталі немає, надлишки залучених коштів можна резервувати у вигляді короткострокових фінансових вкладень у високоліквідні цінні папери. Реалізація консервативної стратегії найменш ризикована для підприємств.

Будь-яка з трьох описаних стратегій передбачає формування оборотного капіталу за рахунок позикових джерел, але об'єктивна можливість залучення фінансових ресурсів неоднакова на всіх етапах кругообігу капіталу. Так, на початковій стадії підприємства можуть звернутися до кредитування виробничих запасів при придбанні сировини і матеріалів. Менш ефективним буде економічний вплив кредиту на виробничий процес, тобто на другому етапі кругообігу оборотного капіталу.

Підвищувати ефективність використання кредитних ресурсів на даному етапі можна за рахунок вдосконалення виробничих технологій і модернізації виробництва. На останньому етапі роль позикового капіталу знову підвищується. Поповнення оборотного капіталу за рахунок короткострокових банківських кредитів і кредиторської заборгованості відбувається внаслідок незавершених розрахунків, які отримали форму дебіторської заборгованості.

Динамічність і пропорційність у формуванні та використанні оборотного капіталу обумовлені пропорціями технологічних параметрів виробництва і його управлінням, оскільки наявність грошових ресурсів, виробничих запасів, готової продукції, які є матеріалізовані формами оборотного капіталу підприємства, забезпечує потреби виробництва і випуск конкурентоспроможної продукції.

Трансформація вартості оборотного капіталу - рушійна сила економічного потенціалу підприємства. Рух вкладеного оборотного капіталу підпорядковано внутрішнім закономірностям, які визначають обсяг

виробництва в залежності від його маси і часу обороту. На відміну від трудових ресурсів оцінка і визначення ресурсних можливостей використання оборотного капіталу в процесі економічної діяльності відрізняються неоднорідністю і ускладнюються значною кількістю елементів його натурально-речового складу. Взагалі, проблема визначення ресурсного потенціалу оборотного капіталу, що є вихідним аспектом для оцінки ефективності використання капіталу в економічній діяльності підприємства в цілому, має дуалістичне рішення. Значення матеріального фактора виробництва для підвищення його ефективності в сучасних умовах надзвичайно велике. Рішення проблеми матеріаломісткості виробництва товарів народного споживання (питома вага матеріальних витрат у повній собівартості продукції становить майже 70%) практично єдина можлива альтернатива подальшого зростання виробництва на одній і тій же матеріально-сировинній базі.

В аналітичних дослідженнях використовують так звані інтервальні оцінки тільки тієї частини оборотних коштів, яка знаходиться у виробничих запасах на початок і на кінець періоду або в середньому за рік. Ці показники в подальшому використовують в різних економічних розрахунках. При цьому з розрахунків випадають оборотні активи, які передані у виробництво, спожиті тепло- і електроенергія.

Вартісний облік величини виробничого потенціалу, по суті, є лише грошовою формою вираження оборотного капіталу. Безумовно, це досить важливі, але не єдині характеристики матеріалізованого оборотного капіталу. Вони не дають можливості повно, вичерпно і різнобічно охарактеризувати його роль в економічній діяльності підприємства.

В ринкових умовах господарювання особливого змісту і значення набуває якісна характеристика споживчої вартості матеріалізованих форм оборотного капіталу. Без її аналізу неможливо з'ясувати закономірності відновлення оборотного капіталу.

При цьому необхідно враховувати, що споживча вартість створюється в процесі трудової діяльності людини, а тому вона не є чимось очевидним. Як відомо, споживча вартість об'єктивно зумовлена корисністю речі.

Різниця між вартістю споживчих вартостей, отриманих від участі матеріалізованих форм оборотного капіталу, і сумою споживчих вартостей, використаних на їх створення, являє величину так званої чистої продуктивності оборотного капіталу. А це, в свою чергу, є теоретичним доказом того, що за допомогою оборотного капіталу можна отримати прибуток, тобто оборотного капіталу властива продуктивність.

Таким чином, сукупність споживчих вартостей матеріалізованих форм оборотного капіталу формує його якісну визначеність і показує значимість оборотного капіталу у задоволенні виробничих потреб.

Разом з тим, продуктивність оборотного капіталу визначає рівень попиту на нього в ринковому господарстві. Попит на оборотний капітал проявляється здебільшого як попит на інвестиційні ресурси. Сутність такого попиту в реальному вияві - це попит економічної господарської системи на оборотні активи [3].

У зв'язку з актуальністю проблеми структурної перебудови виробництва на якісно новій технічній основі при з'ясуванні завдань формування оборотного капіталу і його використання в економічній діяльності підприємства важливе місце займають показники швидкості накопичення оборотного капіталу і посилення його участі в інвестиційній діяльності. Тому з точки зору ефективності функціонування оборотного капіталу необхідно більше уваги приділяти часу його використання. Важливість цього аспекту у визначенні ефективності виробництва пояснюється тим, що зміни в строках використання оборотного капіталу призводять до скорочення операційного циклу.

Зменшення часу перебування оборотного капіталу в сфері виробництва і збільшення часу обігу в загальній тривалості його обороту може значно знизити економічну ефективність впроваджуваних у виробництво прогресивних організаційно-технічних і технологічних змін.

Таким чином, формування оборотного капіталу та його використання в економічній діяльності підприємства в ринкових умовах пов'язано з діями законів ринку, а саме закону споживчого попиту, закону зміни в рівнях цін, ефекту доходу і ефекту заміщення, закону функціонування системи загальної рівноваги, закону накопичення капіталу і т.п.

Узагальнюючи викладене, можна констатувати, що дослідження формування оборотного капіталу і його використання для забезпечення зростання економічного потенціалу підприємства передбачає розгляд його в декількох площинах. Необхідно досліджувати, насамперед, процес формування оборотного капіталу і його відтворення, структуру і зміни під впливом науково-технічних нововведень. З іншого боку, потрібно також розглядати використання оборотного капіталу в процесі його вкладення в оборотні активи. Адже структура активів, їх обсяги і якість мають великий вплив на матеріаломісткість продукції та її зниження.

Отже, в системі основних економічних ресурсів промислових підприємств, які визначають потенціал розвитку їх економічної діяльності, важливе місце належить оборотному капіталу. Особливості функціонування оборотного капіталу на підприємстві пов'язані з двома основними економічними процесами: його формуванням і використанням у всіх видах економічної діяльності. Якщо ці процеси здійснюються раціонально, то це вирішує ряд питань стратегічного розвитку підприємства і забезпечує ефективні кінцеві результати фінансово-господарської діяльності.

Підсумовуючи викладене, можна зробити висновок, що формування оборотного капіталу і його використання в економічній діяльності підприємства проявляється в наступному:

- потреба у формуванні оборотного капіталу обумовлена метою діяльності підприємства і залежить від його організаційно-правової форми;
- джерела формування оборотного капіталу є динамічними і їх використання залежить від фінансових можливостей підприємства;
- оборотний капітал бере участь в операційній, фінансовій та інвестиційній діяльності підприємств і забезпечує їх безперервність;
- раціональне використання оборотного капіталу сприяє розвитку підприємства. Обсяг сформованого і використовуваного оборотного капіталу є базою для розрахунку показників ділової активності

підприємства;

- вкладення оборотного капіталу у високоліквідні активи забезпечує здійснення розрахунків підприємства і характеризує рівень його платоспроможності;
- зростання оборотного капіталу стимулює розширення фінансово-господарської діяльності підприємства. Ця можливість обумовлена збільшенням обсягу вкладеного оборотного капіталу в активи, освоєнням нових ринків, диверсифікацією діяльності, активізацією взаємодії з фінансовим ринком;
- ефективне використання оборотного капіталу обумовлює зростання прибутку, який розподіляється між власниками підприємства і державою. Тому оборотний капітал сприяє реалізації інтересів не тільки підприємницьких структур, а й держави. Таким чином, формування оборотного капіталу підприємства може здійснюватися за рахунок власних, позикових і залучених джерел, пріоритетність яких визначається тільки в процесі його безперервного кругообігу. Відповідно, поповнення згаданого капіталу залежить від ступеня розвитку підприємства і його фінансово-господарської діяльності.

Використання оборотного капіталу в звичайній діяльності підприємства необхідно розглядати через призму економічних умов відтворювального процесу. Ефективне використання оборотного капіталу кількісно і якісно впливає на ефективність усіх видів звичайної діяльності підприємства. Тому його вкладення в активи не тільки забезпечує безперервність фінансово-господарської діяльності, а й значною мірою впливає і визначає рівень його фінансового стану.

Список використаних джерел:

1. Бланк І А. Управління активами і капіталом підприємства. Київ .: Ніка-Центр, Ельга, 2009 - 448 с.
2. Олійник Л.В. Сучасні підходи до ефективного управління ресурсами та активами підприємства / Л. В. Олійник // Вісник Хмельницького національного університету. Економічні науки. – 2012. – №4, Т.2. – С. 206-209.
3. Філатова З. В. Напрямки формування системи управління оборотними активами підприємства [Текст] / З. В. Філатова, А. Г. Ротанова // Проблеми підвищення ефективності інфраструктури: зб. наук. праць. – Вип. 29. – Київ : НАУ, 2011. – 330 с.

Маркетинг

ПРОДАКТ ПЛЕЙСМЕНТ ЯК СУЧАСНИЙ МАРКЕТИНГОВИЙ ІНСТРУМЕНТ

**БАЙДЮК Д., 4 курс (ОС «бакалавр») ФУСОХТ ЧТЕІ КНТЕУ
спеціальність «Маркетинг»
наук. кер. Лошенко О.В.**

Стаття присвячена розкриттю сутності та значення продакт плейсменту в активізації продажу товарів покупцям. Розкрито види та методи демонстрації товарів за допомогою продакт плейсменту, проаналізовано позитивні та негативні наслідки його використання у популярних рекламних засобах, наведено приклади найбільш вдалого застосування для просування відомих брендів.

The article is devoted to the disclosure of the essence and value of the product placement in the activation of the sale of goods to buyers. The types and methods of demonstration of goods with the help of item placement are revealed, positive and negative consequences of its use in popular advertising means are analyzed, examples of the most successful application for promotion of well-known brands are presented.

Сьогодні покупці недостатньо звертають увагу на відкриту рекламу, яка транслюється по телевізору, на радіо або зовнішню рекламу, яка розвішана в різних місцях. Реклама зайняла надзвичайно великий інформаційний простір, але при цьому вона надто погано сприймається покупцями, які бачачи чи читаючи її одразу перемикають канал, зменшують звук, перегортають сторінки в журналах і т.п. М. Ларні стверджував: «Реклама - це засіб змусити людей потребувати того, про що вони раніше не чули взагалі». Відтак, маркетологам доводиться задумуватися над новими засобами та способами, якими можна ефективно розрекламувати і продати товар підприємств, серед яких найбільш відомим є продакт плейсмент.

Метою статті є обґрунтування необхідності використання продакт плейсменту для активізації уваги та стимулювання продажу товарів покупцям.

Об'єктом дослідження є процес формування та використання продакт плейсменту для вибору товарів покупцями.

Предметом дослідження є способи та види продакт плейсменту, які впливають на прийняття рішення покупців про купівлю товарів.

Питання продакт плейсменту розглядали у своїх працях багато українських та зарубіжних науковців, серед яких: Березкина О.В., Водолазька С.В., Легкий О.А., Лошенко І.Р., Маліношевська К., Ніколаєва Л.С., Тринчук В., Ромат Є.В., Фомин І. та інші. У своїх роботах вони досліджували напрями поширення продакт плейсменту, проте недостатньо уваги приділяли характерним особливостям та специфіці застосування його у різних сферах.

Product Placement (PP) у перекладі з англійської означає «розміщення продукту». PP - це розміщення торгової марки або самого товару/послуги в кінофільмі, телевізійному фільмі або телепередачі [1].

Судячи з фільмів і телесеріалів, що зараз виходять на екрани, можна сміливо стверджувати, що ця маркетингова технологія переросла в справжню індустрію, котра і займається адаптацією носіїв (кіно, відео і т.п.) спеціально під бренди.

Продакт-плейсмент як цілеспрямований маркетинговий інструмент виник на початку ХХ століття в мультфільмі «Popeye the Sailor» (Моряк Папай) від компанії «Fleischer Studios». Цільовою аудиторією мультфільму звісно були діти. Зміст сюжету будувався на тому, що головний герой отримував надзвичайну силу після вживання шпинату. Як наслідок, продаж шпинату (а саме він і був об'єктом продакт-плейсменту) зріс на 30%.

На практиці використовують такі види продакт плейсмент, як: [2, с.56]:

- Візуальний, коли товар або логотип покупці можуть побачити. Одним з найпоширеніших прикладів цього прийому є візуальна реклама в багатьох популярних фільмах відомого бренду «Apple», зокрема, кадри з відомих зарубіжних фільмів, де вдало демонструються ноутбуки та планшети «Apple»: «Білявка в законі», «Американська сімейка», «Джобс» або, наприклад, автомобіль BMW у фільмі «Місія нездійсненна», де стильні, харизматичні та успішні герої керують автомобілями цієї марки, що дозволяє сформувати імідж бренду і вигідно продемонструвати нову модель автомобіля. Герой трилогії «Таксі» їздить на автомобілі Peugeot. У фільмі «Вам лист» героїня Мег Райан пише лист герою Тома Хенкса на ноутбуку Apple, а її партнер по фільму користується Dell. Кросівки фірми Nike були на ногах героя Тома Хенкса у фільмі «Форест Гамп».

- Аудіальний (невербальний), коли герой озвучує рекламний текст. У фільмі «Індіана Джонс і останній хрестовий похід» запальничку Zippo пізнають не за зовнішнім виглядом, а по знаменитому на весь світ звуку, який чудово відтворює система Dolby Surround.

- Аудіальний (вербальний), коли фраза (діалог), рекламують товар, послугу або компанію або коли актор або «голос за кадром» згадують про товар, послугу, компанію. Наприклад, закусошна Taco Bell у фільмі «Руйнівник» (Demolition Man). Фраза із діалогу Сандри Баллок з Сільвестром Сталлоне: «Тільки Тако Белл пережив ресторанну війну. І тепер всі ресторани у нас - Тако Белл».

- Кінестичний, як правило, використовують компанії - виробники брендів, наприклад, демонстрація ходових характеристик мотоциклу BMW Cruiser R 1200 у перегонах по дахах житлового кварталу у фільмі «Завтра не помре ніколи». Подружня пара Сміт - герої фільму «Містер і місіс Сміт» у виконанні Бреда Піта та Анджеліни Джолі - чистять зуби електричними зубними щітками фірми Braun. Герой Пірса Броснана в «Афері Томаса Крауна» дарує своїй коханій дороге кольє від Bulgary, а героїня (актриса Рене Руссо), взявши його в руки, всіляко виражає своє захоплення подарунком.

Найбільш ефективним методом є телевізійні програми та кіно, на які припадає більше 80% продакт плейсменту [3, с.43].

Як свідчать дослідження, сучасний покупець в день переглядає близько 45 рекламних роликів по TV, а за тиждень їх набирається до 190. Водночас ймовірність того, що покупець уважно передивиться рекламний ролик, а тим більше запам'ятає його, досить низька. Тому продакт плейсмент і брендований контент стають дедалі популярнішими. Сьогодні складно уявити собі фільм або серіал, де не промайнув б хоча б один бренд, адже кожен хоче виділитися в потоці рекламного шуму. За даними дослідницької компанії «PQ Media», щорічне зростання оборотів 1111 в світі складає 15-16% (до 21 млрд. дол. у 2019 р.). Країна-лідер за доходами цього інструменту - США (близько 60% всіх доходів) [4].

В Україні продакт плейсмент теж на стадії розвитку (+ 11% в 2015, + 1% в 2016), проте в 2017 році використання його скоротилося майже на 30%.

Дані зміни відбулися внаслідок таких причин як:

- скорочення окремих категорій, які використовували інтеграцію як один з інструментів (безалкогольні напої -21%, одяг, взуття - 44%, продовольчі товари - 6%);
- вихід зі спонсорства окремих великих рекламодавців (приклад: «Jacobs», «Жокей», «Щедро»);
- перехід на пряму рекламу (приклад: «Роллтон», «Олейна»).

Разом з тим, розвиток продакт плейсменту безпосередньо пов'язаний з розвитком кінематографу. В Америці, наприклад, на рік випускають понад 700 фільмів з касовими зборами більш 27 млрд. дол. Україна ж у 2017 р. випустила 34 фільми (касові збори до 5 млн. дол.). При цьому майже всі ці фільми були збитковими (за винятком Дзідзьо «Контрабас»). Але, незважаючи на це, український кінематограф розвивається і підсилює свої позиції з кожним роком [3].

Основною тенденцією останніх років в Україні стали телеканали, які активно транслювали українські серіали власними силами або за замовленням незалежних продакшенів. Нині кількість виробленого в Україні телепродукту збільшилася на + 250% і зараз становить близько 11% ефірного часу [4].

Українські серіали мають також великий успіх за кордоном - формати «Слуга Народу» та «Нюхач» продані в інші країни. З розвитком серіального телепродукту канали почали більш активно шукати спонсорів, однак їх частка в українських серіалах досі залишається несуттєвою.

Використовувати бренди в телепродуктах досить вигідно, оскільки, перш за все відбувається збільшення бюджету. Середня ціна однієї згадки в іноземному фільмі - 22 тис. дол. Не дивлячись на те, що контракти з рекламодавцями є конфіденційною інформацією, в історії кіно є досить багато прикладів оціночної вартості продакт плейсменту в фільмах.

У телепродуктах відбувається проекція реального життя покупців. Фільм чи серіал без брендів і реклами розглядається як казковий ненадзвичайний світ, а тому, якщо в супермаркеті у фільмі покупець не бачить «Coca-Cola», це вже для нього не справжній супермаркет.

Велика роль надається характеристиці героя фільму/серіалу/гри. Наприклад, якщо герой фільму багатий і егоцентричний, то машина «Ferrari» і дорогий віскі краще передадуть його характер глядачеві, ніж слова [5]. Декілька влучних фраз чи цитат дозволяють отримати великі вкладення. Так, у культовому фільмі «Основний інстинкт» герої фільму озвучили дві репліки - чотири слова на двох, а компанія «Seagram's», якій належить бренд «Jack Daniel's», заплатила за них \$ 1,2 млн. дол. Після виходу фільму компанія збільшила свої продажі на \$ 6 млн. дол. При цьому продажі піднялися не тільки в США, але і за їх межами. Концерн «BMW» заплатив \$ 3 млн. дол. за розміщення своєї моделі «BMW Z3 Roadster» в блокбастері «Золоте око» з серії про Джеймса Бонда і заробив \$ 240 млн. дол. тільки на попередніх продажах марки. Том Круз у фільмі «Кращий стрілець» носив окуляри «Ray-Ban Aviator», а після виходу фільму їхні продажі злетіли на 40% [6].

Стрімкий розвиток індустрії комп'ютерних ігор створив передумови для виникнення окремої, самостійної сфери продакт-плейсменту внутрішньоігрової реклами (з англ. «In-Game Advertising» – IGA). Її різновидом є реклама, коли маркетолог може вказати, де містяться оголошення, може встановити час, коли оголошення буде працювати, може вибрати тип аудиторії і отримати всі доступні для стеження за покупцем засоби. Звісно що це актуально для онлайн-ігор, оскільки близько 62% геймерів грають в онлайн-ігри принаймні якийсь час, за останніми дослідженнями.

Таким чином, продакт плейсмент є ефективним і популярним способом рекламування товарів, що дозволяє істотно збільшити кількість потенційних покупців. Цей інструмент маркетингу вже завоював своє місце в рекламному міксі по всьому світу, і продовжує зростати. Продакт плейсмент вигідний не лише для рекламодавця, а й сприяє більш реалістичному сприйняттю фільму чи серіалу. Грандіозне зростання виробництва українського контенту вже найближчим часом приведе нових рекламодавців, а вітчизняний рекламний ринок зможе гідно конкурувати з іноземними партнерами.

Список використаних джерел:

1. Березкина О. Продакт плейсмент. Технологии скрытой рекламы / О. Березкина. – СПб. : Питер, 2009. – 208 с.
2. Фомин И. Типы и виды product placement [Электронный ресурс] / И. Фомин. – Режим доступа: <http://www.productplacement.nm.ru/Basic/basic-types.htm>. –
3. Малиношевська К. Особливості Product placement в Україні / К. Малиношевська // Економічний часопис-XXI. – 2012. – № 1-2. – С. 43-45.
4. Продакт плейсмент як спосіб просування товарів- [Електронний ресурс]- Режим доступу до ресурсу: <https://research-journal.org/economical/prodakt-plej-sment-kak-sposob-prodvizheniy-a-tovarov/>
5. Тринчук В. Product Placement в маркетингових комунікаціях страхових компаній - [Електронний ресурс]- Режим доступу до ресурсу: <https://bit.ly/2XqvyoI>
6. Unskippable: актуальний взгляд на Product Placement в мире и в Украине от Media First Ukraine - [Електронний ресурс]- Режим доступу до ресурсу: <http://sostav.ua/publication/unskippable-aktualnyj-vzglyad-na-product-placement-v-mire-i-v-ukraine-ot-media-first-ukraine-78731.html>

МЕРЧАНДАЙЗИНГ ЯК ОСНОВНИЙ ІНСТРУМЕНТ СТИМУЛЮВАННЯ ПРОДАЖУ ТОВАРІВ

ВОЙЦИХ С., 4 курс (ОС «бакалавр») ФУСОХТ ЧТЕІ КНТЕУ

спеціальність «Маркетинг»

наук. кер. Лошенко І.Р.

Стаття присвячена розкриттю сутності та значення мерчандайзингових інструментів для стимулювання купівлі товарів покупцями. Розкрито поняття мерчандайзингу як системи продажів товарів, охарактеризовано основні інструменти, підходи та принципи мерчандайзингу. Визначено роль рекламних матеріалів у місцях продажу, представлені найбільш популярні їх види.

The article is devoted to the disclosure of the essence and importance of merchandising tools to stimulate the purchase of goods by buyers. The concept of merchandising as a system of sales of goods is revealed, the main tools, approaches and principles of merchandising are described. The role of advertising materials in sales places, the most popular types are presented.

Сьогодні значно зростає значимість ефективних інструментів стимулювання збуту товарів підприємств. Споживчий ринок все більше сегментується, а торговельні підприємства одного формату реалізують подібний асортимент товарів за близькими цінами. Відтак, у конкурентній боротьбі виграє те підприємство, яке здатне забезпечити ефективне представлення товарів у торговельній залі, переконати покупців у доцільності їх придбання, запропонувати якісні послуги, що будуть стимулювати та підкріплювати рішення покупця зробити покупку. Використання інструментів мерчандайзингу допомагає покупцеві в пошуках необхідного товару і задоволенні потреб.

Метою статті є обґрунтування необхідності використання мерчандайзингових інструментів для стимулювання продажу товарів покупцям.

Об'єктом дослідження є процес формування та використання мерчандайзингових інструментів для вибору товарів покупцями.

Предметом дослідження є фактори, які впливають на прийняття рішення покупців про купівлю товарів.

Значний внесок у дослідження впливу мерчандайзингу на вибір товарів покупцями внесли вітчизняні та зарубіжні науковці, зокрема Л.А. Брагіна, Н. Б. Ільченко, К. Кананян, Р. Кананян, К. Кириченко, Г.Г. Крок, І.Р. Лошенко, І.А. Рамазанова, О.П. Романенко, Є.В. Ромат, С.В. Сисоєва, Д. Сидор та інші. Проте сьогодні недостатньо вивчені засоби та інструменти дії мерчандайзингу на покупця, що потребує подальших наукових досліджень.

Торговельні підприємства для вдалого просування та реалізації товарів у своїй діяльності використовуються сучасні методи стимулювання продажів, серед яких особливе місце належить мерчандайзингу. Саме він покликаний відносно швидко отримати ефект впливу на споживача та викликати у нього бажання придбати товар. Науковці трактують поняття «мерчандайзинг» як систему організації продажів товару і управління ними; як маркетинг в точці роздрібних продажів, або «маркетинг в стінах магазину»; як мистецтво (технологія) викладення товару [1, с. 198].

Мерчандайзинг забезпечує досягнення багатьох цілей і виконання безліч завдань, основні з яких: зацікавити покупця, повідомити максимум корисної та достовірної інформації про продукт і виробника, вплинути на здійснення покупки, виробити потребу або звичку покупця до вашого товару, створити зручні умови для придбання, залишити сприятливе враження та задоволення від здійснення покупки [2, с. 11].

На нашу думку, мерчандайзинг є тією системою заходів, яка відбувається в середині підприємства і спрямована на те, щоб створити для покупців вигідні та максимально зручні умови купівлі товарів, залучити нових покупців. При цьому головна мета мерчандайзингу полягає у тому, щоб збільшувати обсяги продажів товарів, зберігаючи і підвищуючи задоволення покупця від процесу здійснення покупки на підприємстві.

Торговельні підприємства у своїй практичній діяльності виділяють такі основні інструменти мерчандайзингу, як:

- дизайн підприємства, як зовнішній, так і внутрішній;
- планування підприємства, а саме - планування потоків руху покупців;
- реклама та інші інструменти на місці продажу;
- колірне блокування;
- комплексні міри.

Для ефективної дії мерчандайзингу використовуються інструменти, які відрізняються різноманітністю заходів реалізації. Все це свідчить про багатофункціональність мерчандайзингу та широкий набір інструментів, здатних допомогти покупцеві у виборі товару.

Стимулювання продажів за допомогою мерчандайзингу потребує використання основних принципів і прийомів, зокрема: ефективного запасу, ефективного розташування, ефективного позиціонування [3, с. 42].

У практичній діяльності торговельні підприємства, дотримуючись принципу ефективного запасу, застосовують певні правила, першим з яких є правило асортименту. Воно передбачає, що для кожного типу підприємств постачальник визначає показники мінімальному набору асортиментних позицій. При цьому до загальних факторів, що впливають на формування асортименту товарів на підприємствах, відносяться: купівельний попит; товарна пропозиція; ціна. До специфічних чинників, які впливають на побудову асортименту товарів у кожному конкретному підприємстві, відносяться: тип і розмір підприємства, його технічну оснащеність, умови товаропостачання (наявність стабільних джерел), чисельність і склад покупців, що обслуговуються; транспортні умови; наявність інших підприємств у зоні діяльності.

У свою чергу, правило торгового запасу полягає у створенні рівня запасу товарів, достатнього для безперервної присутності асортименту на торговельному підприємстві. В сучасних умовах підприємства намагаються скорочувати рівень запасів для того, щоб збільшити торговельні площі, відповідно скоротивши площі складські та підсобні. На практиці це означає, що перевага надаватиметься постачальникам, які забезпечують зручну і надійну систему постачання товарів.

Третім є правило присутності. За нього необхідний асортимент товарів має бути присутній на складі підприємства та представлений у торговельній залі. Позиції, виставлені на вітрині, повинні бути доступні у продажу [2, с. 47].

Правило термінів зберігання і ротації товару полягає в тому, що партія товару, яка отримана підприємством раніше, повинна продаватися у першу чергу. Для поповнення запасів у торговельній залі необхідно вибирати товари, які надходили у підприємство у більш ранній термін або терміни зберігання яких закінчуються швидше. При поповненні запасу в торговельній залі (на полицях і прилавках) товар, що надійшов зі складу, повинен ставитися назад, а вже наявний на полиці товар - пересуватися вперед. При цьому необхідно ще раз перевірити терміни зберігання.

Наступним принципом мерчандайзингу є принцип ефективного розташування, за дотриманням якого забезпечується оптимальне розміщення товару в торговельній залі та його правильна викладка на торговельно-технологічному обладнанні.

Під розміщенням розуміється розподіл товарів на площі торговельної зали, в той час як викладка - це розташування, укладання та показ товарів на торговельному обладнанні [2, с. 48].

Підприємствами використовуються два підходи до визначення місць для товарів у торговельній залі.

Товарно-галузевий підхід передбачає розміщення товарів у межах відділів, що належать до однієї товарної категорії; наприклад, відділ взуття, відділ одягу, відділ молочних товарів і т. д. Цей підхід відображає традиційний товарознавчий розподіл товарів на групи і відповідає традиційному підходу до управління асортиментом товарів на підприємстві.

Комплексний підхід базується на підборі в межах одного відділу товарів з різних груп, що задовольняють одну і ту саму потребу певної цільової аудиторії покупців. Наприклад, товари для дітей, товари для майбутніх мам, делікатесні товари, товари для фотографії, товари для кухні і т.п.

Дослідження показали, що на підприємствах, де асортимент згрупований за споживчими комплексами, товарообіг на 1 м² в середньому на 12% вище, а покупці витрачають на вибір товарів часу на 17% менше [1, с. 232].

Наступним принципом мерчандайзингу є принцип ефективного позиціонування. Презентація товару або реклама всередині підприємства - це сукупність засобів і методів, що використовуються підприємством для об'єктивної інформації споживачів про наявні у продажу товари, їх властивості та якість, формах обслуговування [2, с. 48].

Презентація товару сприяє вирішенню таких завдань: розповсюдження повідомлень, які стимулюють попит на товари; продаж товарів різних асортиментних груп; формування потреб покупців; освоєння і розширення ринку збуту товарів; прискорення обороту товарів; досягнення збалансованості попиту і пропозиції на товари; створення і поширення іміджу, індивідуальності підприємства; вплив на сезонні коливання продажів; формування культури споживання і розвиток естетичних смаків покупців.

Презентація товару здійснюється за допомогою розміщення інформації, рекламних матеріалів, обладнання та пристроїв, що виконують рекламну і демонстраційну функцію (стенди, дисплеї, POS-матеріали, тощо). Відтак, ефективність товарного позиціонування в певній мірі визначає візуальний мерчандайзинг, який спрямований на ефективне представлення товару в торговельній залі і охоплює весь комплекс заходів щодо просування товару на підприємстві.

Сутність візуального мерчандайзингу полягає в яскравому виділенні одного товару на тлі інших. Його необхідно використовувати, якщо потрібно акцентувати увагу покупця на конкретний товар для його просування. Це може бути досягнуто за рахунок кількості, яскравих кольорів, нестандартної упаковки, підсвічування, POS - матеріалів, створення емоційного образу.

Підприємствами використовується візуальний мерчандайзинг «рівня очей». За нього найбільша концентрація уваги покупця припадає на рівень очей, тому товар, розташований на такому рівні, продається набагато краще, ніж на інших полицях. З цієї причини товар, що просувається розташовується саме на рівні очей, щоб покупець не шукав його і в будь-якому разі його побачив.

При візуальному мерчандайзингу «мертвої зони» все, що бачить навколо себе покупець, називається зоровим полем. Товари, що потрапили в нижню частину зорового поля покупця, розглядаються ним гірше, ніж у верхній частині. Лівий нижній кут при цьому є найбільш невіддаленим - там погляд покупця зупиняється найрідше. Нижні полиці секцій на підприємствах без самообслуговування взагалі не проглядаються, а в супермаркетах на них припадає лише 5% від продажів всієї точки продажу.

При виконанні мерчандайзингу «угруповання» відбиваються особливості сприйняття покупця та особливості його мислення: покупцю легше сприймати інформацію і товари, якщо вони згруповані, причому групування повинно бути зрозумілим і логічним.

Візуальний мерчандайзинг «2/3» пояснює, що при виконанні декількох дій одночасно їх ефективність падає. Те ж саме відбувається і з покупцем у підприємстві, який виконує одночасно як мінімум 3 дії: рухається, роздивляється товар і тримає в оперативній пам'яті «список покупок». На практиці у великому торговельному підприємстві це відбувається тільки до другої третини вітрини, і в цей момент зазвичай покупець починає «придивлятися» до вітрини. І якщо побачений товар йому потрібен чи зацікавив, він наближається до вітрини/стелажу для більш детального розгляду. Відповідно, друга третина вітрини або стелажа (центральна частина) - це найбільш вдале місце для розміщення товару на відміну від «кінців» стелажа або «кутів» вітрини.

Візуальний мерчандайзинг «7±2» стверджує, що обсяг сприйняття покупцем обмежений - він може в один момент часу «схопити» і запам'ятати лише 7 ± 2 товари. У реальній ситуації на підприємстві це число зменшується до 3-5, оскільки покупець виконує декілька дій одночасно. Це важливо при розміщенні деяких видів POS-матеріалів - таблички із зазначенням назви товару, спеціальні цінники із зазначенням знижки, воблери. Їх кількість в одному ряді, на одній вітрині не повинна перевищувати 7, інакше покупець перестане звертати на них увагу і вони перетворюються в «фон».

Водночас візуальний мерчандайзинг охоплює:

- вплив ціни товару на його розміщення (низький, середній і високий цінові рівні);
- особливості розміщення конкуруючих марок;
- особливості викладки вагового товару (продукти харчування);
- вимоги до кількості представленого товару;
- фейсинг;
- види викладки [4, 68].

До візуального мерчандайзингу належать також особливості викладки різних товарних груп, що визначаються специфікою конкретного виду товару - упаковкою, вагою, об'ємом, умовами зберігання та іншими характеристиками.

Викладення товару також має визначальне значення в оформленні торговельного підприємства. Дотримуючись мерчандайзингу підприємствами використовуються такі основні принципи викладки:

1. Кольорові блоки. Колір - один з найбільш потужних інструментів комунікації. Покупці завжди позитивно реагують на нього. По можливості необхідно використовувати колір для створення інтересу і для залучення покупця в процес покупок.

2. Блок товарів. Цей принцип використовується для однієї категорії або групи товару, а також для товарів «цільової» закупівлі. Він демонструє можливість вибору кольору, а також застосовується для демонстрації обсягів. Легко створюється і полегшує процес покупки.

3. Симетрія створює відчуття врівноваженості, справляє сильне враження, логічна, приваблива і просто створюється.

4. Асиметрія - відсутність «дзеркальності» в оформленні, створює повне відчуття збалансованості і використовується в поєднанні з декором великого формату.

5. Горизонтальний мерчандайзинг впливає на продажі за допомогою лінійного впливу, при цьому використовується один тип товару на полиці або рейлі. Також можуть застосовуватися блоки товарів, особливо якщо в наявності багато різновидів форм і розмірів, які при необхідності легко замінити.

6. Вертикальний мерчандайзинг організовує товари по вертикалях, показуючи при цьому ширину асортименту. Візуально розділяє схожі товари і використовується при демонстрації обсягів товару.

7. «Шахова дошка» (нагадує її по розташуванню товару, використовуються різні кольори). Дана викладка збалансована і симетрична.

8. Анатомічне «одягання» визначає спектр огляду, а також показує пропозиції по комбінуванню моделей. Між тим використання змішаних категорій або типів товару. Стимулює логічний процес покупки, роблячи їх багатоскладовим.

Під час сезонного розпродажу всі вітрини підприємств змінюються і мають однотипний вид у всій торговельній мережі.

Угрупування манекенів здійснюється також за стандартами. Так, наприклад, краще, щоб загальна їх кількість було непарною - 3, 5. Пози манекенів повинні бути відкритими і природними. Напрямок осіб - до основного купівельного потоку. Подіуми можуть використовуватися різних висот.

Сфери застосування візуального мерчандайзингу - будь-які рекламні компоненти: плакати, прилавки, стійки, обладнання для продажу, магазинне телебачення і радіо, мультимедійні термінали, цінники, що говорять, голограми, кабельне та супутникове телебачення. З їх допомогою не тільки доставляється інформація про товари і рекламні повідомлення, але і передаються розважальні кліпи, що змушують покупця почувати себе в підприємстві більш комфортно, проводити там більше часу, здійснюючи покупки.

Для залучення уваги покупця до товару використовуються рекламні матеріали в місцях продажу (POS-матеріали). Найбільш популярні [5, с. 29]:

- стікери (наклейки) - самоклеючі рекламні листівки;
- шелфтокери - картонна смуга, яка кріпиться на торець полки для того, щоб відокремити товари однієї торговельної марки від інших;
- диспенсери (лотки для листівок) - застосовують в період проведення на підприємстві спеціальних рекламних акцій, а також для поширення інформації про товар-новинку;
- воблери - невеликий рекламний показник на пластику гнучкій ніжці, кріпиться до полиці або стелажу. Зазвичай на воблері зображується логотип або малюнок з написом. Застосовується для виділення меж викладки товару конкретного виробника, торговельної марки, а також привернення уваги до нового товару;
- банери - вертикальна або горизонтальна перетяжка великого розміру, яка розміщується над точкою продажу;
- мобайли - підвісна конструкція, фігурний плакат на жорсткій основі або об'ємне зображення товару, яка кріпиться, як правило, до стелі та служить для зазначення місця викладки товару;
- муляжі - збільшена копія упаковки товару, яка кріпиться до стелі або встановлюється на верхній полиці стелажу;
- плакати (постери) формату A3 або A2 - використовуються для оформлення задніх стін відділів та роблять акцент на певній торговельній марці або виді товару;
- спеціальні цінники - яскравого кольору з зазначенням ціни в період розпродажу.

Візуальний мерчандайзинг стимулює зростання продажів за рахунок незапланованих покупок і саме це робить його актуальним в будь-якій сфері. Застосування цього інструменту може допомогти грамотно та ефективно розташувати товар в торговельній залі, полегшити пошук товару в відділі, направити покупця, створити комфортну атмосферу та зробити процес покупки приємним.

Утримати наявного покупця втричі легше, ніж отримати нового. Покупець повинен бути дуже задоволений товаром або підприємством, щоб в умовах зростаючої конкуренції зберігати їм вірність. Лояльні до підприємства покупці становлять близько 35 %, оскільки, чим більше коштовний і рідкісний

товар, тим вище повинен бути цей показник, інакше існування підприємства виявиться під загрозою. Домогтися довгострокової прихильності покупця до товару є завданням і керівництва підприємства, який за певними правилами формує свій асортимент і викладку, і власника торговельної марки. Якщо товар якісний і відповідає очікуванням покупця, то покупець і в подальшому буде готовий до придбання цього товару не через його «зручне положення на полиці», а через лояльність, прихильність, довіру до торговельної марки та продавця, зручність, звички.

Таким чином, мерчандайзинг є ефективним методом стимулювання продажів, який в умовах нестабільної економіки і сильної конкуренції може розглядатися як ефективне управлінське рішення щодо їх збільшення. Використовуючи інструменти мерчандайзингу, можна значно ефективніше управляти продажами і домагатися бажаного рівня прибутку. Саме тому, використання мерчандайзингу в стимулюванні продажів відіграє важливу роль, оскільки багатofункціональність мерчандайзингу та широкий набір інструментів, здатні допомогти покупцеві у виборі товару, а підприємствам в його швидкому збуті. Проте для ефективного впливу на покупців необхідно використовувати не тільки існуючі інструменти, а й компанувати з них такі елементи, які дозволять посилити сприйняття товарів покупцями й обрати їх серед товарів конкурентів. Керівники підприємств повинні докладати максимальні зусилля для того, щоб полегшити вибір покупця і допомогти в йому прийнятті рішення щодо купівлі товарів.

Список використаних джерел:

1. Сысоева С.В. Большая книга директора магазина / С.В. Сысоева, Г.Г. Крок. – СПб.: Питер, 2009. – 432 с.
2. Сидоров Д. Практика применения мерчендайзинга на точке сбыта. ЗАО «Издательский дом «Имидж-Медиа». №5, 2007. – с. 151.
3. Кананян К. Мерчендайзинг / К. Кананян, Р. Кананян. – М.: РИП-холдинг, 2003. – 236 с.
4. Романенко О.П. Визуальный мерчендайзинг как инструмент управления розничными продажами // Вектор науки Тольятинского государственного университета. Серия: Экономика и управление. – №2 (9), 2012. – с. 67-69.
5. Кириченко К. Війна за сантиметри. Переваги аутсорінга мерчандайзингу / Кириченко К. // Нова торгівля. – 2005. – № 8. – С. 28.

ПЕРЕВАГИ ТА НЕДОЛІКИ ВИКОРИСТАННЯ PRODUCT PLACEMENT В УКРАЇНСЬКОМУ КІНО

**ЗОЛОТАРЧУК І., 4 курс (ОС «бакалавр») ФУСОХТ ЧТЕІ КНТЕУ
спеціальність «Маркетинг»
наук. кер. Лошенко О.В.**

Стаття присвячена розкриттю сутності та значення продукт плейсмент в українському кіно. Розкрито види, особливості та специфічні риси продакт плейсмент у вітчизняному кінематографі, проаналізовано використання технологій продукт плейсмент у світі та Україні.

The article is devoted to the disclosure of the essence and meaning of product placement in Ukrainian cinema. The types, features and specific features of the product placement in domestic cinematography are revealed, the technology usage of product placement in the world and Ukraine is analyzed.

У сучасному світі з'явилась велись різноманітні способи доведення інформації до споживача. При цьому виникла можливість впливу на цільову аудиторію з боку маркетологів за допомогою різних каналів. Водночас ефективність прямої реклами для споживачів з кожним роком знижується. Рекламодавці змушені шукати нові шляхи донесення свого продукту до споживача, використовуючи приховану рекламу, яка менш нав'язлива, а за ефективністю перевершує звичайну. У своїй практичній діяльності вони почали застосовувати нову парадигму маркетингу, в якій переважають інноваційні методи реклами, серед яких найбільш популярним є Product Placement.

Метою статті є обґрунтування необхідності використання Product Placement для активізації уваги та стимулювання споживачів до купівлі товарів відомих брендів.

Об'єктом дослідження є процес формування та використання Product Placement в українському кіно для просування товарів.

Предметом дослідження є фактори, які впливають на застосування Product Placement в українському кіно.

Проблемами використання Product Placement в українському кіно займалися такі вітчизняні та зарубіжні науковці, як: С. Бейкер, В. Герасимчук, Лассвел, Т. Прима, Р. Раупов, Є. Ромат, А. Старостіна, Шенон-Вівер та інші. Проте дані питання досі залишаються недостатньо вивченими та потребують подальших досліджень.

Найбільш поширеною медіа-платформою для використання Product Placement є фільми. В якості одного з «головних героїв-товарів» фільму зазвичай виступає Product Placement. Персонажа фільму потрібно в чомусь ходити, на чомусь їздити, за чимось працювати і щось їсти, але іноді реклама в кадрі настільки часто транслюється, що в очах споживачів викликає не інтерес, а скоріше негативне відношення до рекламованого бренду. Споживачі уважно дивляться захоплюючий фільм або улюблений серіал, проте коли тільки з'являється реклама, у них увага переключається на невирішені справи. Разом з тим, навіть якісно виконаний рекламний ролик, який споживач бачить в n-й раз, може викликати у нього роздратування. Разом з тим, незважаючи на те, що рекламний блок вичерпав себе, увага споживачів знову ж прикута до екрану телевізора чи монітору комп'ютера, не підозрюючи навіть, що чудовий фільм – це теж рекламний ролик, тільки більш тривалий і зроблений витонченіше.

Дослідження проведені американськими науковцями показують, що споживач обурюється, коли він не може чітко розгледіти у героя назву предметів, які його оточують або якими він користується. Споживачеві набридла надмірна художня умовність, і ще більше йому набридли повчальні, переобтяжені оголошеннями рекламні ролики.

Product Placement (англ. «розміщення продукції» або «прихована реклама») - технологія розміщення торгової марки, товару і (або) послуги в кінофільмі, телепередачі, книзі, комп'ютерній грі, пісні або всередині будь-якого іншого продукту індустрії розваг з метою отримання рекламної вигоди. [1, с. 15].

Суть розміщень полягає не тільки в показі, в описі товару, а й у тому, щоб надалі цей товар на підсвідомому рівні асоціювався з героєм або сюжетом. Product Placement є оригінальним способом реклами, завдяки якому товар рекламується неординарно та непомітно, проте міцно і надовго вкарбовується у свідомість споживача. Product Placement ефективний для багатьох напрямів діяльності підприємств, тому його успішно використовують ресторани, торгові і бізнес-центри, приватні клініки, телекомунікаційні, будівельні організації, страхові, фінансові й інші компанії сфери послуг.

Розвиток Product Placement безпосередньо пов'язаний з розвитком кінематографа. У США, наприклад, на рік випускають понад 700 фільмів з касовими зборами більш 27 млрд. \$. Нажаль, український кінематограф не може похвалитися такою кількістю знятих фільмів та серіалів. Україна в 2017 р. випустила 34 фільми (касові збори до 5 млн. \$), При цьому майже всі вони були збитковими (за винятком «Дзідзьо Контрабас»), Але, незважаючи на це, український кінематограф розвивається і з кожним роком підсилює свої позиції у просуванні товарів.

Сьогодні практично у кожному фільмі або серіалі демонструється хоча б один бренд, адже кожен підприємець хоче особливо виділитися в рекламованому товарному потоці. За даними дослідницької компанії PQMedia, щорічне зростання оборотів Product Placement у світі складає 15-16% (до 21 млрд. \$ в 2019 р.). За даними щорічного дослідження Brand Tracksng маркетингової компанії Consave, присвяченого представленості брендів у фільмах-лідерах американського бокс-офісу, 2017 р. найбільшу активність у даній сфері виявили автовиробники (37 компаній з топ-100, що увійшли до рейтингу). На другому місці за чисельністю – виробники електроніки, далі – бренди одягу, окулярів, а також виробники їжі, та напоїв. У першій десятці рейтингу – світові гіганти: Lego (1), Chevrolet (2), Cutler and Gross (3), Apple (4), Ford (5), Sony (6), Under Armour (7), Dodge (8), Mercedes (9), Dell (10) [2].

Скільки триває нинішнє відродження українського кіновиробництва, стільки часу тривають спроби українських кінопродюсерів залучити до своїх фільмів Product Placement.

В Україні обсяги Product Placement збільшилися на 11% в 2015 р., на 1% відповідно у 2016 р., проте у 2017 р. його використання скоротилося майже на 30% [3]. Науковці та практики пояснюють це тим, що відбулося скорочення окремих категорій, які використовували інтеграцію як один з інструментів, наприклад, безалкогольні напої - 21%, одяг, взуття - 44%, продовольчі товари - 6%. Окремі досить відомі підприємства перейшли на пряму рекламу, як наприклад: Роллтон, Олейна.

Разом з тим, незважаючи на те, що український кінематограф розвивається і продакшн студії активно залучають спонсорів, рекламодавці з певним застереженням використовують Product Placement у своїх рекламних продуктах. Головною причиною є якість і популярність українського продукту. Суттєве зростання якості виробництва відео-контенту українськими студіями свідчить про те, протягом останніх років цей фактор нівелюється і питання якості буде вирішено. Українські кінопродюсери довели на практиці, що глядачі на їхні фільми можуть ходити у великій кількості, а продакшни вміють робити для своїх стрічок чудові промокампанії та продавати фільми на різні території та в різні канали дистрибуції, що дає змогу додатково збільшити й аудиторію орендованого кіноконтенту.

Product Placement є не прямою рекламою, де заздалегідь відомо скільки отримаєш рейтингів, охоплення на ефективній частоті і певну вартість рейтингів. В інтеграційному відношенні спонсорство немає ніяких гарантованих показників, а існує тільки хронометраж, і розуміння, що фільм буде ще довго проглядатись у мережі Інтернету, а тому не можливо попередньо отримати оцінку проявів.

Рекламодавці в Україні планують активності максимум на рік вперед. Однак фільми знімаються заздалегідь, і на момент пропозиції не мають чіткого затвердженого сценарію, оскільки в процесі створення фільму сценарій переписується. Відтак, досить важко провести стратегічне планування рекламної активності, а кінокомпанії не готові поводитися гнучко та підлаштовувати свої робочі плани під рекламних партнерів.

Бренди вкладають величезні суми коштів, щоб їх товар з'явився в кадрі, проте після виходу фільму їх всі витрати не тільки окупаються, але й приносять вагомий прибуток. Реклама в фільмах сьогодні є одним з найдорожчих способів просування товарів, але в той же час і один з найефективніших.

З погляду бізнесу Product Placement вигідний і для його замовника, і для виконавця. Для кіно, наприклад, це можливість покрити витрати на дорогі зйомки, а від так відомості про касові збори є абсолютно непоказовими. Коли фільм, виходячи з акторського і режисерського складу, обіцяє бути успішним, то в сценарії заздалегідь передбачають місця для брендів, які рекламодавці охоче купують.

Споживачі, намагаючись наслідувати своїх улюблених персонажів і героїв купують товари брендів, якими користується їх кумир, відвідують підприємства, у яких купують товари чи проводять вільний час герої фільму.

Також Product Placement сприяє рекламодавцю у отриманні великої кількості споживачів, забезпечуючи багаторазові контакти з розміщеним продуктом, що допомагає досягти великого охоплення цільової аудиторії. Розміщення в кіно надає гарантію того, що конкуруючий продукт не з'явиться поряд з розміщеним продуктом, як це може відбутися в телевізійному рекламному блоці.

Розміщення в кіно надають рекламодавцеві численні можливості для проведення повномасштабних рекламних і PR кампаній на основі кінообразів. Кіноіндустрія в цьому контексті починає працювати на рекламодавця. Просування фільму, його рекламна кампанія, продаж через численні канали розповсюдження, резонанс у ЗМІ і широкий відгук громадськості є тими позитивними рисами Product Placement, які ефективно працюють на рекламодавця та на його продукт. Розміщення в кіно надає рекламодавцеві практично готову рекламну концепцію - готовий сценарій та історію, готовий образ, популярний і такий, що користується у споживача великою любов'ю. Кіно та кінообрази «діляться» своєю популярністю з розміщеним продуктом.

У 2019 р. три національні фільми доберуться до позначки бокс-офісу. За попередніми прогнозами у лідерів за касовими зборами можуть увійти комедія «Він і Вона» студії «Квартал 95» та анімація «Викрадена принцеса» Film.ua.Group.

Отже, кожна з форм подачі реклами спонсорство, рекламний блок, телемагазин чи Product Placement - має свої переваги та недоліки, свою структуру і місце на екрані. Кожна форма дає свій ефект, проте їх комплексне застосування, безперечно, має наймасовіший вплив на аудиторію та ефект для рекламної кампанії.

Таким чином, маркетингові технології Product Placement стрімко розвиваються і, як показує практика, ефективно працюють над залученням цільової аудиторії споживачів та просуванням брендів.

Кіновиробництво останнім часом отримує стрімкий розвиток та згідно з поставленими планами вчасно виконує роботу над фільмами, продюсери не порушують заявлені терміни виходу фільмів у прокат. При цьому бренд у фільм можна інтегрувати навіть на пізніх етапах його виробництва, а тому відповідно, не потрібно боятися, що на момент появи стрічки у прокаті рекламована модель продукту застаріє. Знімальний кіномайданчик та акторів фільму рекламодавці можуть додатково використовувати, наприклад, для зйомок свого рекламного ролику, тобто зекономити кошти та час.

Проте слід зазначити, що не потрібно очікувати миттєвих результатів від використання Product Placement, як це зазвичай відбувається при застосуванні прямої реклами. Використання Product Placement пов'язане з ризиком того, що фільм може з певних причин все ж таки не вийти на екрани, а тому можуть бути втрачені гроші та час. Разом з тим, Product Placement передбачає більш «витончену» форму подачі послання, надаючи безмежні можливості для креативних, нестандартних та ефективних ідей.

Список використаних джерел:

1. Ромат Е.В. Реклама в системе маркетинга. – К.: Студцентр, 2008. – 608 с.
2. Інтернет ресурси: <https://kyivmediaweek.com/ru/>
3. Інтернет ресурс: <http://sostav.ua/publication/unskippable-aktualnyj-vzglyad-na-product-placement-v-mire-i-v-ukraine-ot-media-first-ukraine-78731.html>

РЕКЛАМА В СОЦІАЛЬНИХ МЕРЕЖАХ
ЛОЗИЦЬКА О., 3 курс (ОС «бакалавр») ФУСОХТ ЧТЕІ КНТЕУ
спеціальність «Маркетинг»
наук. кер. Жалба І.О.

Стаття присвячена розкриттю сутності та значення реклами в соціальних мережах. Розкрито основне призначення Social Media Marketing (SMM) на сучасному ринку товарів та послуг, визначено необхідність і важливість SMM у процесі просування власного бренду (товару, послуг). Охарактеризовано процес рекламування товарів у найпопулярніших соціальних мережах світу.

The article is devoted to the disclosure of the essence and importance of advertising in social networks. The main purpose of Social Media Marketing in the modern market of goods and services is revealed, the necessity and importance of SMM in the process of promoting their own brand (firms, goods, services). The process of advertising is determined of goods in the most popular social networks of the world is described.

Актуальність даної теми полягає в тому, що на сьогоднішній день Social Media Marketing відіграє велику роль у приверненні уваги потенційних споживачів. Необхідність SMM зумовлена тим, що з кожним днем число користувачів соціальних мереж активно збільшується.

Метою статті є обґрунтування ефективності дії SMM, як одного із інструментів просування товарів чи послуг.

Об'єктом дослідження є процес створення і реалізації рекламної кампанії в найпопулярніших мережах світу.

Предметом дослідження є економічні відносини, які виникають у процесі рекламування в соціальних мережах.

Social Media Marketing є новою сферою діяльності підприємств. Значний внесок у вивчення та розвиток SMM внесли: американський дослідник Д. Нейшос, російські науковці Е. Кучіна і В. Тінякова, українські науковці М. Руда, І. Башинська, О. Мриглода, Д. Халілов тощо.

Життя сучасної людини надзвичайно насичене, адже нові технології охоплюють не лише наукову і технічну сфери, але і повсякденне життя. Різноманітні гаджети вже стали звичайним атрибутом щоденного існування, які допомагають нам в роботі чи навчанні.

Такий прогрес має помітний наслідок: розширюється сфера впливу джерел інформації. А тому, підприємства обов'язково повинні враховувати цей аспект реклами, намагаючись привернути увагу потенційних клієнтів. Сучасні і впливові компанії обов'язково повинні мати власний сайт чи сторінку в соціальних мережах і активно їх використовувати й розвивати.

Сучасний користувач мережі Інтернет проводить у соціальних мережах близько 2 годин на день. Тому реклама в соціальних мережах стає все більш дієвою, адже читаючи новини чи переглядаючи фото друзів потенційний клієнт все частіше звертає увагу на рекламу певного товару чи послуги. У нашій країні найбільш активно користуються такими мережами, як Instagram, Facebook, Youtube, Twitter. Найбільш ефективним інструментом привернення аудиторії є Social Media Marketing (SMM) – сукупність дій, спрямованих на просування певної торгової марки, компанії, організації чи ідеї на ринку за допомогою активної роботи в соціальних мережах різних типів та спрямувань [1].

Фактично під SMM мається на увазі регулярне, емоційно та інформативно насичене спілкування з конкретною цільовою аудиторією в Інтернеті. Для цього варто використовувати саме ті соцмережі, які здатні найширше розкрити основну ідею бізнесу та максимально повно відповідати потребам та інтересам кола потенційних клієнтів та прихильників. Наприклад:

- Facebook акумулює молодь, інтелігенцію, підприємців, культурних та масових діячів. Постійними користувачами Фейсбука є найбільш соціально та економічно активне населення. Тому більшість експертів вважають, що в розрізі довготермінової стратегії саме ця соцмережа є найбільш рентабельною з точки зору проінвестованих зусиль, часу і коштів.

- Instagram – ще одна потужна соціальна мережа, характерною аудиторією якої є молодь, а також підлітки, студенти та школярі, що викладають власні фото з коротким описом. Тому тут вдало просуваються товари типу одягу, взуття, ювелірних виробів, косметики, гаджетів та аксесуарів. А ще – послуги і сфері спорту, здорового способу життя, схуднення, активного відпочинку, подорожей і організації свят.

- Youtube дозволяє викладати різноманітні відеоролики та розвивати власний медіаканал онлайн. Це корисно для тих, хто реалізує в роздріб електроніку для побуту й відпочинку, дитячі іграшки, декоративну косметику, меблі, прикраси та посуд або ж спеціалізується на проведенні тренінгів, семінарів, лекцій.

Станом на 2019 рік Facebook – найбільша соціальна мережа у світі, 30 червня 2017 року кількість користувачів досягла 2 млрд чоловік у всьому світі, в Україні 10 млн. чоловік [2]. Мабуть, це більш ніж вагомий аргумент на користь роботи за цим каналом у рамках маркетингової стратегії для бізнесу. Навіть якщо продавати дуже нішевий продукт, найімовірніше, ваша цільова аудиторія є у цій соціальній мережі. Facebook дозволяє компаніям розміщувати рекламні оголошення, орієнтовані на певну аудиторію, в стрічці новин користувачів, правій колонці аккаунта, показувати їх у мобільному додатку, просувати відео і пропонує безліч інших опцій, які ми докладно розглянемо далі в статті.

В основі рекламної кампанії тут лежить таргетинг на основі певних характеристик користувачів, який дозволяє максимально точно націлити свої оголошення на цільову аудиторію. А також ремаркетинг на основі даних, які збираються за допомогою розміщення спеціального коду на сайті, та e-mail-адрес користувачів.

На користь використання реклами в Facebook можна навести насамперед три наступні важливі аргументи:

1. Природність. Одна з основних рекламних переваг цієї соціальної мережі. Рекламні оголошення, які показуються поруч із повідомленнями від друзів, сім'ї і спільнот, виглядають для користувачів набагато природніше, ніж, скажімо, рекламний банер на сайті.

2. Таргетинг. Facebook знає про своїх користувачів практично все, дозволяючи налаштовувати показ оголошень з урахуванням дуже тонких налаштувань, таких як місто, сімейний статус, інтереси, хобі та безліч інших. Крім того, всі ці фактори можна довільно поєднувати між собою в пошуках найбільш вдалих комбінацій. За умови, що вам вистачить на це бюджету.

3. Невисока вартість входу. Можна встановити будь-який щоденний бюджет, починаючи лише з \$ 5, і запускати/зупиняти кампанії в будь-який час за власним бажанням або вказати дату автоматичного завершення. Інакше кажучи, ризики навіть для новачка зводяться до мінімуму [3].

Instagram – соціальна мережа, що базується на обміні фотографіями, дозволяє користувачам робити фотографії, застосовувати до них фільтри, а також поширювати їх через свій сервіс і низку інших соціальних мереж. Спочатку соціальна мережа використовувався за призначенням, для завантаження фотографій в свої профілі. І ні хто навіть не замислювався, як можна отримати дохід з інстаграму. У 2012 році компанія Facebook купила сервіс Instagram за \$1 млрд. Після цього, у програмі з'явилася більше можливостей, що вплинуло на комерційний потенціал [4].

На сьогоднішній день Instagram позиціонується не лише як мережа із особистими профілями користувачів, а й бізнес-сторінками, які активно надають різноманітні товари чи послуги споживачам. Гарно оформлений профіль, а саме якісні, оброблені фотографії, цікавий та інформативний текст – це все привертає увагу потенційного клієнта. Перш ніж, починати рекламувати свій товар в мережі Instagram необхідно мати достатню кількість підписників. Для цього необхідно зробити бізнес-аккаунт цікавим: регулярно публікувати пости, обираючи найвдаліший час для цього, використовувати хештеги, добре продумати зміст текстового повідомлення тощо. Найдієвіший вид рекламування свого бренду в інстаграмі – це реклама у блогерів. Нині кількість блогерів, що якісно впливають на думку потенційних клієнтів дедалі збільшується. Слід добре продумати який саме блогер зможе прорекламувати товар так, щоб цільова аудиторія зацікавилася у придбанні товару, що рекламується.

YouTube – це величезна кількість користувачів, які регулярно переглядають ролики і обмінюються ними. А можливості емоційного впливу на глядачів за допомогою відео безпрецедентні. YouTube реклама – це новий інноваційний вид реклами, який дуже популярний за кордоном і тільки набирає обертів в Україні, а тому бюджет цієї реклами є значно меншим ніж аналогічна контекстна реклама. Відеореклама – це хороший спосіб брендингу. П'ять секунд відео можуть донести набагато більше інформації, ніж будь-який банер або стаття. За допомогою відео можна підвищувати лояльність користувачів, щоб вони охочіше робили покупки.

YouTube вже давно перестав бути лише всесвітнього масштабу порталом розваг. Ця соціальна мережа для багатьох кмітливих і талановитих людей перетворилася на спосіб заробітку. Просування компанії за допомогою цього інтернет-сервісу починається зі створення відеоканалу компанії і наповнення його незвичайними відеороликами. Чим більш розкручений (завдяки зусиллям фахівців) стає канал, тим більше можливостей для додаткового заробітку з'являється у власника каналу.

У той час, як більшість соціальних мереж всіляко перешкоджає заробітку без додаткових витрат з боку користувача, YouTube навпаки, закликає до цього. Відвідуваність YouTube поступається лише пошуковиків Google і полюбився мільйонам користувачів Facebook. Така популярність пояснюється і простотою використання даної мережі – користувачеві досить ввести запит і з'являється величезна кількість інших подібних запитів, що дає змогу стовідсотково знайти потрібне.

А чим популярніший ресурс, тим більшу кількість клієнтів може залучити компанія, яка створила свій

акаунт на цьому ресурсі. Залишається лише вибрати тактику поведінки і знайти хорошого фахівця для роботи в цій прибутковій системі [5].

Отже, на нашу думку, реклама в соціальних мережах – найефективніша на сьогоднішній день. Кожен учасник соціальних мереж добровільно вказує такі цінні з точки зору рекламодавця дані про себе, як вік, стать, сімейний статус, перелік інтересів, уподобань тощо. За допомогою таких даних можна дуже гнучко управляти цільовою спрямованістю (таргетингом) поширюваної в соціальних мережах реклами, показуючи рекламні оголошення, наприклад, тільки учасникам з певного регіону або учасникам певного віку. Реклама в соціальних мережах дає в більшості випадків широке охоплення аудиторії, високу цільову спрямованість і високий відгук, а тому має дуже потужний потенціал. Правильне застосування SMM дасть можливість підвищити ефективність рекламних затрат та збільшить інтерес користувачів до підприємства, бренду, товару, послуги, що пропонується.

Список використаних джерел:

1. Маркетинг соціальних мереж (SMM): сучасний підхід до розвитку. [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <https://creativesmm.com.ua/marketing-sotsialnih-merezh-smm/>
2. Вікіпедія. Facebook. [Електронний ресурс]. – Режим доступу: https://uk.wikipedia.org/wiki/Facebook#cite_note-7
3. Реклама в Facebook. 5 кроків для налаштування. [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <https://lemarbet.com/ua/razvitie-internet-magazina/reklama-v-facebook-yak-instrument-prosuvannya-biznesu/>
4. Вікіпедія. Instagram. [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <https://uk.wikipedia.org/wiki/Instagram>
5. Як працює реклама на Youtube. [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <https://vladivostok.com/business/14/02/kak-rabotajet-reklama-na-youtube.asp>

ОСОБЛИВОСТІ КОЛЬОРОВОЇ КОМПОЗИЦІЇ УПАКОВКИ ТА ЇЇ ВПЛИВ НА СПРИЙНЯТТЯ ТОВАРІВ

**ПАТРАШ Н., 3 курс (ОС «бакалавр») ФУСОХТ ЧТЕІ КНТЕУ
спеціальність «Підприємництво, торгівля та біржова діяльність»
наук. кер. Лошенко І.Р.**

Стаття присвячена розкриттю сутності та значення маркетингових засобів та інструментів для стимулювання купівлі товарів споживачами. Розкрито основні властивості та характеристики кольорів, використання для створення упаковки товарів, сприяння привабливості до товарів уваги споживачів, а також визначено фактори, які впливають на прийняття рішення споживачів про купівлю товарів.

The article is devoted to the essence of marketing tools and instruments for stimulating goods purchasing. Main features and characteristic of colors, goods packaging, and customers' attraction to goods are under the consideration. Factors influencing consumers' decisions to buy goods are identified.

Актуальність даної теми полягає в тому, що зміни відносин між виробниками та споживачами змушують підприємства використовувати різноманітні маркетингові засоби та інструменти для привабливості уваги споживачів до товарів. Одним із найважливіших з них є вмале використання кольору упаковки, який викличе у споживачів беззаперечне бажання придбати товар та забезпечить йому стійкі конкурентні переваги на ринку. Роль кольору упаковки змінилася і зараз вона розглядається, як ключовий маркетинг.

Метою статті є обґрунтування необхідності використання маркетингових засобів та інструментів для стимулювання продажу товарів споживачам.

Об'єктом дослідження є процес формування та використання кольору упаковки для вибору товарів споживачами.

Предметом дослідження є фактори, які впливають на прийняття рішення споживачів про купівлю товарів

Значний внесок у дослідження сприйняття споживачем кольору упаковки товару внесли відомі науковці: А.Н. Асаул, Г.Л. Багієв, Е.П. Голубков, Пітер Р. Діксон, Ж.-Ж. Ламбен, Нестеренко О., М. Портер, Печенюк Т. та інші. Проте сьогодні недостатньо досліджень та інформації про дію кольорів на споживача, що потребує подальших наукових досліджень.

Останнім часом новим маркетинговим засобом, який дозволяє виділити товар серед конкурентів є колористика. Колористика – це галузь, яка займається розробкою кольорових упаковок для товарів і вивчає їх затребуваність для споживачів [1]. Відомо, що причиною купівлі 85 % товарів є привабливість кольору [2]. Водночас для упаковки розглядається як сигнал, специфічна мова, яка на невербальному рівні передає споживачам певну інформацію про товар. Колір здатний змінювати уявлення споживача про форму товару, його якість, смак, вносити жвавість і натхненність в упаковку, викликати позитивні емоції і т.п. Найбільший вплив на споживача мають червоний та жовтий кольори, а чоловіки позитивно реагують також і на синій колір. Помаранчевий, якщо він є самостійним на упаковці, сприймається споживачем агресивно, але у поєднанні з іншими кольорами надає більшої привабливості товару. Оптимально діє на споживача коричневий колір, який сприймається природно і асоціюється з досить популярними товарами, такими, як, наприклад, шоколад, кава. Важливим є використання чорного кольору, він є елегантним і надає товару специфічну особливість, контрастуючи з іншими кольорами. Сучасні дослідження вже показали, що споживачі більше схильні довіряти упаковці і власним судженням, ніж продавцю.

При розробці упаковки підприємства враховують те, що вона повинна за певними критеріями відмітати від інших та певними характеристиками запам'ятовуватись. Так, наприклад, шоколадні батончики без обгортки виглядають практично однаково. Проте, вибираючи батончики, споживачі вже знають, що «Баунті» – у блакитній, «Марс» – у чорній, а «Снікерс» – у коричневій упаковці. При цьому споживачам не важливо, що всі ці бренди належать одному виробнику, оскільки на полиці торговельних підприємств вони все одно конкурують між собою.

Згідно з даними BusinessInsider, формування першого враження про товар займає приблизно 7 секунд [3]. Експерименти показують, що 93% споживачів приймають рішення про покупку, ґрунтуючись на

візуальних факторах, основним з яких є колір. Колір упаковки товару впливає на споживача фізіологічно та психологічно. Під фізіологічним впливом передбачається безпосередній вплив на фізіологію споживача, наприклад, насичений червоний збуджує його нервову систему, збільшує частоту пульсу та дихання. Насичений синій, навпаки, гальмує реакцію, це колір інтроверсії. Не дивлячись на те, що фізичні відчуття, які викликаються кольором є нетривалими та поверхневими, вони однак здійснюють достатньо великий психологічний вплив. Наприклад, червоний колір може викликати душевну вібрацію, подібну до тієї, яку викликає вогонь. При цьому важливу роль відіграє асоціативність мислення і здатність до рефлексії. Кольори також можуть нагадувати споживачам про будь-який смак, запах, подію, викликати відповідні асоціації та як наслідок певним чином впливати на покупку товару або відмову від неї.

Разом з тим, сприйняття кольору залежить від емоційного стану споживача, який залежно від настрою може радісно сприймати, дратуватись чи нейтрально ставитись до нього. На практиці кожний товар має свій вдалий колір для просування на ринку. Так, наприклад, упаковки товарів зеленого, червоного і жовтого кольорів продаються швидше, оскільки вони нагадують споживачам про природність товарів: рослини, зелень, фрукти, овочі і т.п.

Вважається, що товар у кольоровій упаковці на 60% продається краще, ніж у чорно-білій. Так, червоний колір пов'язується у споживача з пристрастю, викликає збудження, схвилюваність, спонукання до дії. Виробники харчових продуктів використовують червоний колір упаковки переважно до кетчупів, цукерок, соків. Червоний колір, у більшій мірі, подобається чоловікам, а тому виробники, наприклад, сигарети, чоловічої туалетної води, дезодорантів вдаються до оформлення упаковки товарів у червоний колір.

Синій колір асоціюється у споживачів із станом спокою. Відтак, молочні продукти, товари для дітей оформлюються в упаковки, на яких переважає синій колір. У поєднанні з білим, він надає упаковці приємний вигляд і користується високою популярністю у споживачів, а біло-синя упаковка молока продається швидше, ніж зелено-біла. У свою чергу, споживачі відзначають, що молоко в упаковці синього кольору здається більш свіжим, ніж у іншій.

Жовтий вважається кольором сонця і процвітання. Упаковка з золотистим відливом підсвідомо підкреслює споживачеві якісні характеристики товару. Для прикладу, при опитуванні споживачі косметичних засобів відзначали, що баночку крему або туалетної води в золотистій упаковці хочеться взяти в руки швидше за інші. Найчастіше для товарів, які підлягають акціям або мають знижку, використовують жовті ярлички. Цими ярличками продавці акцентують увагу споживача на тому, що даний товар зменшився в ціні, що є важливим фактором для багатьох з них. Навіть якщо споживач не був готовий до купівлі товару, то він його неодмінно придбає, оскільки вважатиме, що таким чином заощадить кошти.

Зелений колір символізує мир і надію, він також найбільше наближений до природності і натуральності. Наприклад, упаковка молочних продуктів, на якій присутній зелений колір, рахується символом бадьорості. В зелену упаковку зазвичай упаковують товари, на яких робиться акцент, що вони вироблені з натуральної сировини.

Помаранчевий колір створює у споживачів відчуття теплоти, затишку, радості, веселощів. Дивлячись на оранжевий колір, у них підвищується настрій, з'являється оптимістичний тонус. Теплий відтінок оранжевого кольору додає активності, але при цьому зберігає внутрішню гармонію і рівновагу. Крім того, помаранчевий колір відноситься до кольору здоров'я та творчості, а тому на упаковках його доволі часто використовують виробники побутової хімії і косметичних засобів.

Рожевий колір відносять до кольору ніжності і привітності, він знижує внутрішню і зовнішню агресію. Рожевий колір вважається жіночним та кольором життя. Його зазвичай використовують з тими товарами, за допомогою яких необхідно створити приємну атмосферу, позитивний настрій і психологічний комфорт. Такий колір розслабляє і заспокоює. В рожеву упаковку в основному упаковують товари, призначені саме для дівчат.

Білий є кольором успішних людей. Це колір спокою, чистоти, який характеризується досконалістю та завершеністю, демонструє абсолютне й остаточне рішення.

Він має величезну силу, здатний наставляти і спонукати споживачів до купівлі товару. Одночасно він дарує свіжість. Білий колір стимулює роботу органів зору та ендокринної системи, а сприйняття його відбувається не тільки через очі, а й через шкіру. Проте занадто багато білого викликає у споживачів асоціацію з лікарнею, а тому надлишок цього кольору викликає дратівливість у споживачів та стомлює їх.

Використання чорного кольору символізує протест та незгоду із зовнішнім середовищем. Часто чорний колір стає симптомом депресії, туги, пригніченості, невпевненості. Однак, чорний колір викликає асоціації з силою, надійністю, контролем над ситуацією, а також цінністю та високою ціною [4].

Відтак, колір є потужним маркетинговим інструментом невербальної дії на споживача. Використання його посилюється такими важливими елементами дизайну як форма та композиція. У більшості випадків споживачі при купівлі товарів недостатньо уваги звертають на композицію упаковки як таку, а сприймають в цілому і колір, і форму, і композиційну побудову. Однак усі складові дизайну упаковки мають бути злагоджено взаємопов'язані, оскільки за їх допомогою можна донести до споживача не тільки певну інформацію про товар та виробника, а й образні та асоціативні повідомлення. Так, упаковка товарів з симетричною композиційною побудовою створює асоціацію з дотриманням традицій, прихильності до порядку, постійності, відповідальності, солідності, надійності та офіційності. У свою чергу, неформальний підхід, творчий пошук та намагання виробника до перетворень і новизни, енергійність, витонченість та елітарність більш характерні для упаковок з асиметричною побудовою композиції.

Використання підприємствами певної кольорової гами упаковки залежить також від таких факторів як, наприклад, країна, в якій продається товар. Наприклад, в Україні білий колір вважається символом чистоти. Товари, упаковані в світлий матеріал, користуються попитом, так як нагадують про свіжість та

легкість, а от у Індії цей колір означає сум - траур.

Великий вплив надає сезонність використання товару. Так, в Україні в літній час великим попитом користуються продукти харчування в синіх і білих упаковках. І навпаки, взимку більше продаються товари в жовтих, зелених, червоних упаковках.

Психологи стверджують, що стать споживачів також відіграє одну із провідних ролей при купівлі товарів. Так, у чоловіків популярні - червоний, синій, фіолетовий, рідше оранжевий, зелений кольори; у жінок - синій, блакитний, зелений, білий, помаранчевий, бузковий, рожевий.

Фахівці колористики також з'ясували, що фінансовий стан основної цільової аудиторії суттєвим чином відображається на цінній політиці щодо товарів. При цьому споживачі з високим достатком вибирають товари переважно сірого, синього, зеленого, срібного кольору, а з малим - віддають перевагу яскравим кольорам - малиновий, червоний, жовтий.

Колір упаковки обов'язково має враховувати призначення товару. Так, дослідження проведені в Манітобському університеті Канади, виявили, що жінки часто вибирають рожеві, червоні, блакитні, білі, помаранчеві, зелені кольори, а чоловіки - яскраві кольори: фіолетовий, червоний, зелений, але частіше - синій. Можливо, вроджена прихильність жінок до теплих кольорів і пояснює більшу кількість спонтанних покупок у жінок, ніж у чоловіків. Дорослі споживачі вважають за краще діапазон синього, червоного і зеленого, інтроверти - більш холодні і спокійні кольори, екстраверти - навпаки, теплі. Споживачі пенсійного віку частіше віддають перевагу упаковці з синіми відтінками, а жовті у них викликають відторгнення. Жителі ж великих міст швидше звернуть увагу на жовту упаковку, а також серед них популярні зелений і червоний кольори, на відміну від жителів невеликих населених пунктів. Додаткові дослідження стосовно сприйняття кольорів та кольорових уподобань упаковки товарів показують, що чоловіки охочіше обирають у якості улюблених темні відтінки (кольори з додаванням чорного), в той час як жінки більш сприятливі до світлих відтінків (кольорів з додаванням білого).

В упаковках молочних товарів переважають білий, синій, зелений, жовтий, червоний кольори. Такі поєднання відтінків як коричневий, сірий, чорний практично не використовуються в упаковці молочних товарів, оскільки у споживачів виникає асоціація з несвіжістю товарів.

Разом з тим, багато кольорів асоціюються з певним смаком. Наприклад, лимонно-зелена упаковка у багатьох країнах викликає кислі відчуття, оскільки асоціюється безпосередньо з лаймом або лимоном. Коричневий колір зазвичай асоціюється з кавою або шоколадом. Великі корпорації навіть спеціально проводять свої маркетингові дослідження на предмет того, як їх товар буде продаватися в тій чи іншій упаковці.

Керівники торговельних підприємств вважають, що вагома частина відмов споживачів від первинної купівлі товару відбувається через неприйняття потенційним клієнтом колірного оформлення продукту. Товар, який не купували раніше, може стати дуже популярним після зміни його кольору.

Необхідно пам'ятати, що колір мусить не тільки допомагати товару бути швидко реалізованим, але повинен також забезпечувати його престижність. Перламутровий колір автомобіля, натуральний колір червоного дерева, металевий блиск технічної апаратури викликають довіру, підкреслюють індивідуальність

Таким чином, для утримання стійких позицій на ринку підприємствам необхідно постійно використовувати різні способи просування товарів та залучення споживачів. При вдалому використанні чи поєднанні кольорів в упаковці товари стають популярними, легко запам'ятовуються, а попит на них постійно зростає. Правильно підібраний колір упаковки допомагає виділити товар серед товарів конкурентів, викликати позитивні емоції у споживачів, що сприятиме прийняттю рішення про його купівлю.

Список використаних джерел:

1. Михайленко А. Колористика: магія кольору/Науково-популярне видання/ Альона Михайленко. - К.: ВСР, 2016. - 396 с.
2. Business Insider[Електронний ресурс] : [Інтернет-портал]. - Режим доступу: <https://www.businessinsider.com/>
3. Вплив кольору на людину [Електронний ресурс]. - Режим доступу: <https://constructor.ru/uspex/vliyanie-cveta-na-cheloveka.html>
4. Вплив кольору упаковки на споживача. Психологія кольору в продажах [Електронний ресурс]. - Режим доступу: <https://koloro.ua/blog/dizain/vliyanie-cveta-upakovki-na-potrebitelya.html>

ВІЗУАЛЬНИЙ МЕРЧАНДАЙЗИНГ, ЯК ОДИН ІЗ ОСНОВНИХ ВИДІВ ПРОДАЖУ ТОВАРІВ

ПАЩИН Р., 3 курс (ОС «бакалавр») ФУСОХТ ЧТЕІ КНТЕУ

спеціальність «Маркетинг»

наук. кер. Хотинь Л.В.

Стаття присвячена розкриттю візуального мерчандайзингу, як одного із найпоширенішого виду продажу товарів. Розкрито основні функції роботи мерчандайзера. Виділено ряд особливостей застосування елементів для сприятливої атмосфери магазину, зокрема, візуальні компоненти, світлові ефекти, колір та музика.

The article is devoted to the disclosure of visual merchandising, as one of the most common types of sales of goods. The main functions of the merchandiser work are revealed. A number of features of application of elements for a favorable atmosphere of the store, in particular, visual components, light effects, color and music are highlighted.

Актуальність даної теми полягає у тому, що у сучасних умовах жорсткої конкуренції відбувається активізація боротьби за прихильність покупця. Завдання ускладнюється тим, що традиційні маркетингові засоби нині втрачають свою ефективність: спокушених відвідувачів вже не здивуєш подарунковими пакетами, яскравими вивісками чи черговими акціями. Це спонукає заклади до пошуку нових інструментів маркетингової діяльності, одним із яких є мерчандайзинг.

Метою статті є обґрунтування застосування візуального мерчандайзингу, як одного із основних видів продажу товарів та особливостей його застосування на торговельних підприємствах.

Об'єктом дослідження є візуального мерчандайзингу та його складові елементи.

Предметом дослідження є інструменти, які застосовують для привернення уваги споживачів на торговельних підприємствах.

Значний внесок у розвиток мерчандайзингу, зокрема, візуального, внесли вітчизняні вчені-економісти: Виноградська А. М., Голубков Е. П., Казакова О. Б., Ромат Є., Саркісян Л. Г., Синило Л., Фильченков Д. та багато інших. На думку автора Виноградської А. М., необхідно провести наукове дослідження з питань мерчандайзингу та його компонентів: організаційних моделей системи, особливостей праці мерчандайзерів і супервайзерів, принципів ефективної викладки товарів та її впливу на купівельну поведінку споживачів, призначення та вибір P.O.S.-матеріалів, регулювання споживчих потоків у торговельному залі магазину, комерційно-договірних відносин між учасниками, форм підтримки, планування, показників оцінки ефективності. Враховуючи актуальність проблеми, потрібно вивчити передовий досвід провідних зарубіжних компаній, які «принесли з собою» та побудували систему мерчандайзингу для роботи на українському ринку. Науковим результатом (продукцією) можуть стати рекомендації щодо організації мерчандайзингу з подальшим затвердженням відповідними органами управління для використання в практичній діяльності українських підприємств.

Розвиток мерчандайзингу у роздрібній мережі підвищить рівень культури обслуговування споживачів, дасть можливість управляти брендом, оперативно реагувати на зміни кон'юнктури ринку, приймати обґрунтовані маркетингові та комерційні рішення.

Українські виробники та працівники торгівлі ще не повною мірою знають, що таке мерчандайзинг, як правильно організувати ефективну систему продажу продукції, яка вироблюється та пропонується покупцям в магазині. Переваги полягають у тому, що нова технологія сприяє розвитку дистрибуторської мережі, забезпечує підтримку постійної наявності продукції в торговій точці, встановленню довгострокових стосунків з роздрібними торговцями, навчанню персоналу магазину роботі з брендом [4, с. 493].

У кожного бувала така ситуація, коли ви приходите у магазин за одним товаром, а купуєте декілька зовсім інших. Все це завдяки роботі мерчандайзерів. Мерчандайзери – це спеціалісти із просування товару в торгових точках роздрібною торгівлі. Саме ці фахівці стежать за правильною викладкою товару, враховуючи психологію покупця. Мерчандайзери прагнуть звернути увагу покупця і зробити його вибір простим шляхом вигідного розміщення товару [2].

Мерчандайзер – фахівець, котрий представляє бренд і розміщує рекламні матеріали в торговій точці, підпорядковується супервайзеру чи менеджеру з продажів. Його основні функції: переконати персонал торговельної точки продавати продукцію компанії; домогтися постійної наявності свого асортименту у роздрібного торговця; аналізувати стан товарних запасів в роздрібній точці та інформувати менеджерів з продажів про необхідність додаткового постачання; проводити презентацію бренду, навчати персонал магазинів роботі з торговою маркою; збирати маркетингову інформацію про конкурентів; правильно робити викладку продукції і розміщувати P.O.S.- матеріали, тобто рекламу для новинок у точках продажу.

Для виконання своїх функцій мерчандайзер щодня об'їжджає закріплені за ним магазини. За результатами поїздок складається звіт відповідно до визначеної форми, у якій фіксується поточна ситуація на ринку продажів даного виду продукції (наявність чи відсутність попиту, ціни конкурентів).

Отже, працюючи з роздрібними торговцем, мерчандайзер контролює наявність бренду на прилавках магазину, якісні та кількісні характеристики, упаковку, цітники (розбірливість), місця для дисплеїв, якість рекламних стендів, дії компаній-конкурентів щодо просування продукції. Практика свідчить, що за допомогою мерчандайзингу, налагодження особистих контактів з торговим персоналом роздрібного підприємств, можна підвищити продаж товарів. При такій системі змінюються позиції на товарному ринку. Виробник спроможний через штат мерчандайзерів управляти процесами, які відбуваються у роздрібній торгівлі. Посада «мерчандайзер» є в компаніях, де побудована мережа з використанням даної технології маркетингового спрямування [4, с. 492].

В літературі, що присвячується тематиці мерчандайзингу виділяють декілька його видів з метою відокремлення їх характерних ознак та особливостей, а також акцентування уваги на тих інструментах, які забезпечують стратегічне втілення ознак того чи іншого виду мерчандайзингу. Один із найпоширеніших видів, кому приділяють найбільше уваги це візуальний мерчандайзинг.

Візуальний мерчандайзинг реалізується у приверненні уваги споживачів за рахунок зовнішнього оформлення та особливої атмосфери. Він включає в себе: вибір місця торговельної точки, оформлення зовнішніх вивісок, оформлення вітрин магазину, внутрішня компоновка магазину, дизайн інтер'єрів приміщень, розташування виставлених товарів, упаковування, маркування товарів, оформлення ціників [6].

Оптимальним для магазину є вертикальне розташування товарів одного виробника. По-перше, майже всі великі виробники по групі чай/кава пропонують різноманітний асортимент смакових і вагових видів товарів. Тому не важко скласти вертикальну викладку товарів даного виробника усередині виділеної зони стелажа. По-друге, схема вертикальної викладки товарів по виробнику дозволяє оптимально використовувати всю площу полиці. При цьому рекомендується дотримуватися таких правил:

1. На рівні очей (самі вигідні полки для викладки товарів) важливо розміщувати такі упаковки чаю/кави, які користуються найбільшим попитом (найважливіший показник продажів). Як правило, це найменші упаковки (чай непакетований).

2. На нижніх полках розташовуються упаковки за правилом: чим більша маса упаковки, тим на нижчій полиці вона повинна знаходитися.

3. На полку трохи вище рівня очей розміщуються товари з яскраво вираженими смаковими характеристиками, нові сорти. Тут же доцільно розмістити пакований чай в невеликих упаковках (якщо асортимент пакованих сортів не дозволяє створити окрему вертикаль викладки).

4. На самій верхній полиці недоцільно робити масову викладку, як це звичайно робиться в більшості магазинів, а використовувати її для створення іміджу товару/виробника. З цією метою оптимальним може стати використання альтернативної викладки, тобто вкраплення у викладку основного товару (чай/кава) перехресних груп (чайники, чашки, кавоварки, фільтри для кавоварок і т.п.). Також на верхніх полках можна виставляти найбільш дорогі, правило, металеві або незвичайно оформлені упаковки.

По-третє, вертикальна викладка товарів за виробниками дозволяє магазину максимально використовувати послуги мерчандайзерів постачальників. Зокрема, популярним нині є надання допомоги магазинам з боку дистриб'юторів і виробників по оформленню стелажів, формуванню викладки товарів, використанню спеціальних заходів щодо їх просування.

Найбільш ефективно при вертикальній викладці застосування методу «колірної плями». Колірна пляма являє собою місце викладки товару конкретного виробника, оформлене за допомогою спеціальних форм фірмової реклами [5, с. 207].

Візуальний мерчандайзинг на торговельних підприємствах може допомогти в наступному:

- 1) грамотно і ефективно розташувати товар в залі;
- 2) полегшити пошук товару в відділі, направити відвідувача;
- 3) створити сприятливу атмосферу і зробити процес покупки надзвичайно приємним [3].

Щоб сформувати сприятливу атмосферу у магазині використовують візуальні компоненти, музику, запахи та інші чинники, що стимулюють емоційний стан та створюють позитивне сприйняття товарів покупцями.

Виділяють ряд особливостей застосування елементів для сприятливої атмосфери магазину:

1. Візуальні компоненти. Їх використовують як додаткові джерела інформації, що полегшують сприйняття та пошук потрібних товарів для покупця. Також ці компоненти включають в себе елементи персонального «звернення» товару до покупця та створюють відчуття краси, романтики, пропонують розваги і тому подібне. До них відносяться зображення, знаки, ефекти та ін.

Зображення і знаки виступають, як сполучна ланка між товарами і відвідувачами, а їх забарвлення і тон – доповнюють товар. Виділяють певні колірні комбінації, що використовують для фокусування певної цільової аудиторії на товар. Так, наприклад, прості кольори використовують зазвичай для дітей, а яскраві та насичені товари – для підлітків.

Також до візуальних компонентів відносять інформативні знаки і малюнки, що як правило роблять товар бажанішим. Наприклад, великі фотопанелі розміщують в зоні адаптації. Вони допомагають зображати товар в буденній обстановці або інформують про його характеристики, полегшують його сприйняття при мінімальній концентрації уваги.

Фігурні знаки і зображення також вживають задля привернення уваги та надання інформації покупцеві у більш доступній формі. Саме такі фігурні знаки та зображення полегшують об'єднання і представлення різних товарів. Використовуючи різні, але схожі між собою шрифти, дає змогу створити ефект різноманітності. Утім такі шрифти не завжди добре впливають на покупців. Відвідувачі втомлюються швидше, якщо знаки охоплюють довгі тексти та використовуються надто незвичайними шрифтами. Оскільки інформація, яку вмішують дані знаки повинна сприйматися відвідувачами на ходу та відповідати адаптивному стану відвідувача.

2. Світлові ефекти. Зазвичай, світлові ефекти призначаються для таких завдань:

1) відокремлення секцій, що дозволяє корегувати рух відвідувачів. Все завдяки тому, що відвідувачі віддають перевагу світлим місцям, а не темним;

2) акцентування на певних товарах. Така схема освітлення зазвичай викликає не лише вподобання відвідувачів товару, а й створює світлове розділення різних товарів та направляє думку покупця на потрібний товар;

3) створення настрою. За сприянням світлових ефектів відвідувачі налаштовуються на потрібний настрій. Зокрема освітлення в теплих спокійних тонах створює атмосферу розслаблення;

4) приглушення дефектів. За допомогою правильної схеми освітлення можна приховати конструктивні недоліки торгового залу або устаткування.

3. Колір є одним з основних факторів впливу на увагу і поведінку людини. Тому колір досить часто вживають для постановки таких цілей:

– покращення іміджу магазину та відокремлення сегменту ринку або групи покупців, на яких він орієнтований. Безліч підприємств намагаються звернути увагу відвідувачів за допомогою різних відтінків червоного кольору. Оскільки такі відтінки сприймаються покупцями, як символ сучасних магазинів та високоякісних товарів;

– створення певного настрою персоналу і відвідувачів. Загально відомо, що теплі (червоний, жовтий) і холодні (синій, зелений) кольори створюють протилежні психологічні ефекти. Теплі тони добре підходять для одягу персоналу;

– корегування активності пізнавальних ресурсів покупця. Теплі кольори використовуються для зон торгового залу та не підходять для зон, де покупці відчують себе невпевнено. Холодні відтінки утихомирюють, заспокоюють, приємні для ока, а тому краще підходять для зони адаптації і секцій з дорогими і іншими товарами.

4. Музика також є одним із основних елементів візуального мерчандайзингу. Вона відіграє важливу роль у формуванні атмосфери магазину та супроводжує відвідувача на різних етапах маршруту його руху. Музику використовують для:

– створення у покупця потрібного настрою та виділення потрібного сегменту (так само, як і інші вище зазначені елементи). Спеціалісти ретельно підбирають музику відповідно до обраного сегменту та настрою відвідувачів, що може змінюватись в залежності від багатьох чинників;

– дії на швидкість руху покупців і здійснення покупок. Покупці, які чули гучну музику, проводили в

магазині менше часу, проте при цьому витрачали стільки ж грошей, скільки і ті покупці, які чули тиху музику. Результати аналізу впливу музичного ритму показали, що повільна музика сприяє збільшенню проведення в магазині, так і витрат. Згідно з результатами досліджень Дж. Енджел, Р. Блекуелла і П. Мініарда, повільна музика, в порівнянні з швидкою, на 50 % збільшує час, що проводиться клієнтом в магазині або ресторані, і на 25 % – залишені там засоби.

Отже, музика – це ще один засіб візуального мерчандайзингу, що допомагає збільшити обсяг продаж. Музика повинна бути такою, щоб, з одного боку, вона не відволікала увагу покупця, а з іншої – йому було приємно чути її. Музика повинна відображати спосіб життя клієнта і гармонізувати з місцем його обслуговування. Завдяки правильному підбору мелодій відвідувачі магазину стають клієнтами, оскільки довше затримуються біля прилавків магазину та більш охоче купують товари [1].

Таким чином, можна зробити висновок, що візуальний мерчандайзинг – це не лише приваблива викладка товару чи «спокусливі» вітрини. Це наука яка допоможе сформувати брендинг та стратегію магазину, розробити планування торгових приміщень, оформлення вітрин, обрати освітлення, музику, POS- матеріали. Правильний візуальний мерчандайзинг завжди забезпечить збільшення продажів.

Список використаних джерел:

1. Атмосфера торгового залу: як вплинути на збільшення об'єму продаж [Електронний ресурс]. – Режим доступу до ресурсу: http://toplutsk.com/articles-article_529.html
2. Візуальний маркетинг [Електронний ресурс]. – Режим доступу до ресурсу http://elartu.tntu.edu.ua/bitstream/lib/21178/2/SEIED_2017_Shylyk_S-Visual_merchandising_72-74.pdf . – Тернопіль
3. Візуальний мерчандайзинг [Електронний ресурс] / Режим доступу: <http://pravostory.ru/finansy-2/marketologu/10033-vizualnyj-merchandaizng.html>
4. Виноградська А. М. Технологія комерційного підприємництва: навчальний посібник. / А. М. Виноградська. – Київ : Центр навчальної літератури, 2006. – 780 с.
5. Саркісян Л. Г. Технологія торговельних процесів: навчальний посібник. / Л. Г. Саркісян, О. Б. Казакова – К. : Центр учбової літератури, 2007. – 296 с.
6. Техніка продажу [Електронний ресурс]. – 2008. – Режим доступу до ресурсу <http://ukrdoc.com.ua/text/27371/index-1.html?page=6>

ЧОРНИЙ PR – ЯК ІНСТРУМЕНТ КОНКУРЕНТНОЇ БОРОТЬБИ ОНОФРІЙЧУК І., 4 курс (ОС «бакалавр») ФУСОХТ ЧТЕІ КНТЕУ спеціальність «Менеджмент організації торгівлі», спеціалізація «Менеджмент» наук. кер. Жалба І. О.

Стаття присвячена розгляду прикладів чорного PR та методів його застосування в життєвому циклі підприємства. Розкрито способи демонстрування недоліків конкурентів для збільшення попиту на власну продукцію чи послуги. Описано методи нейтралізації інформаційної атаки і важливість вчасного її виявлення.

The article is devoted to the consideration of examples of black PR and methods of its application in the life cycle of the enterprise. Methods of demonstrating competitors' deficiencies to increase demand for their own products or services are outlined. The methods of neutralizing the information attack and the importance of its timely detection are described.

Актуальність цієї теми полягає у розгляді сучасних методів досягнення успіху через чорний PR бізнесу конкурентів. Розглядається науковий підхід до прийняття рішень, які не виходять за рамки Законів України та не є аморальними по відношенню до будь-яких фізичних чи юридичних осіб. Також здійснюється аналіз способів нейтралізації можливого чорного PR від конкурентів до власного бізнесу.

Метою статті є ознайомлення з методами, способами використання чорного PR, який відіграє важливу роль в розвитку підприємства.

Об'єктом дослідження є формування і використання методів чорного PR на підприємствах та нюанси формування чорного PR-плану.

Предметом дослідження є наслідки неправильного формування чорного PR-плану та способи їх нейтралізації.

Значний внесок у розвиток чорного PR внесли такі вчені: Балабанова Л. В., Войчак А. В., Примак Т. О., Ромат Є. В. та інші. Авторами вирішено велике коло питань теоретичного і методологічного характеру. Проте, не зважаючи на значну кількість робіт в області зв'язків з громадськістю та маркетингу, важливої проблеми в нових умовах ще не достатньо розроблено.

В сучасному світі PR розглядають, як розповсюдження позитивної інформації про товар, послугу чи бренд серед цільової аудиторії. Враховуючи це, чорним піаром в Інтернеті буде вважатись будь-яка спеціально створена інформація, направлена на представлення організації конкурентів в негативному світлі.

Компанії, які були атаковані конкурентами, не тільки втрачають клієнтів, але, в особливо важких випадках, перестають існувати. І це стосується не тільки новачків у бізнесі, але й основних гравців ринку.

Чорний PR можна віднести до методів інформаційної війни. Він має багато проміжних цілей, спрямованих на те, щоб зробити позицію конкурента на ринку хиткою та невизначеною:

- знищення репутації;
- зниження сили та ефективності корпоративних відносин;
- створення негативного образу продукту;
- формування негативного ставлення цільової аудиторії;
- перетягування реальних і потенційних клієнтів на їхню сторону.

Проте всі вони служать однією і останньою головною метою - вилучити суперника з поля бою і виступати як єдиний переможець. І для цього, на думку чорних PR-щиків, будь-які методи впливу хороші:

інтелектуальних нападів і навіть прямої критики.

Власники компанії, яка існує в конкурентному середовищі, можуть залучити нових клієнтів не тільки демонструючи власні переваги, але й підкреслюючи недоліки інших. Повідомляти про мінуси бізнесу-конкурентів можна різними способами.

По-перше, за допомогою розголошення таємної інформації конкуруючій компанії: комерційній, клієнтській і т. д. Наприклад, компанія Samsung отримала суттєвий удар по своїй репутації, коли з'ясувалось, що цифри, які вони протягом двох років називали кількістю продажів, виявились лише кількістю відвантажених на реалізацію пристроїв, а реальні продажі були менші в рази. Дані про це були представлені в презентації, створеній виключно для внутрішнього користування компанії. Але пізніше вони не тільки потрапили в Мережу, але і були поширені серед цільової аудиторії вмілими людьми. Аналогічно компанія Apple потрапила в халепу, коли невідомі зламали iCloud і виклали у відкритий доступ особисті фото знаменитостей. Зрозуміло, конкуренти доклали всіх зусиль, щоб ця подія залишилася чорною плямою на сріблястому яблуці Apple.

По-друге, за допомогою брехні про якість товару або послуги конкурента. Потрібно розуміти, що таким способом неможна відкрито, від імені компанії, оголошувати обвинувачення. Зазвичай, за допомогою підставних осіб чи акаунтів на сайтах можуть залишатись негативні відгуки, які обов'язково зупинять погляд цільової аудиторії і виглядатимуть реалістично, на пряму стосуючись продукції чи послуг конкурента.

Приклад: акціонери автоконцерну Volkswagen вимагають компенсації збитку на суму понад 9 мільярдів євро. Інвестори звинувачують керівництво в тому, що воно вчасно не сповістило їх про маніпуляції з програмним забезпеченням в дизельних автомобілях. Через скандал вартість акцій автовиробника впала, а їх власники понесли збитки.

"У компанії стверджували, що розробляють передові технології, для того, щоб їх дизельні двигуни відповідали екологічним стандартам. Ще до червня 2008 року, в концерні зрозуміли, що це неможливо. Керівництво повинно було оповістити про це ринок. Замість цього, воно обдурило всіх, шахрайським шляхом домоглося від США сертифікатів на двигуни. А про ситуацію треба було сказати чітко. Адже вона спричинила за собою ризик понести мільярдні збитки", - заявив Андреас Тіп, адвокат позивача.

"Дізелгейт" вже обійшовся Volkswagen в 27 мільярдів євро штрафів. Напередодні у Франкфурті була введена заборона на рух транспорту з дизельними двигунами. Влада країни пообіцяла в найближчі дні прийняти рішення про доцільність і терміни модернізації устаткування для таких автомобілів [1].

Не варто вважати, що чорний піар будеється виключно на неправдивій інформації, адже буває й навпаки. Варто розуміти, що у конкурентів швидше за все є недоліки, які можна обіграти в свою користь, зробивши так, щоб кожен потенціальний клієнт знав про це. Але важливим, при цьому, є момент недопускання конкурента приховати правду. Уявимо, що підприємство, яке добуває воду з найкращої скважини України, використовує застаріле обладнання з поганими фільтрами та ржавими трубами. Чому не привід використати це про них в свою користь?

Важливо враховувати, що перед застосуванням чорного піару, потрібно прописувати покрокову стратегію дій зі всіма можливими варіантами наслідків, задля уникнення негативного впливу на власний бізнес. В умовах сучасного ринку, чорний PR – один з найважливіших важелів конкуренції, перемога в якому дуже потрібна будь-якій компанії.

При вчасному виявленні чорного піару в бік власної компанії, можливо запобігти жакливим наслідкам і перенаправити їх конкурентам. Розглянемо декілька методів PR, які допоможуть нейтралізувати інформаційну атаку:

- дезорганізація атаки. Якщо у вас є інформація про те, що на вас готується компромат, ви повинні самі себе очорнити, використовуючи ЗМІ та інші засоби поширення інформації. Звинувачення повинні бути вагомими і грубими. Але через короткий час виходить спростування з залізобетонними доказами. Таким чином, до будь-яких нових звинувачень у публіки виробиться імунітет.

- метод спалаху. На тлі інформаційної атаки з боку конкурентів повинна бути штучно створено подія, яка за своєю значимістю перекриє компрометуючий матеріал. Важливо, щоб цей процес протікав в іншій інформаційній площині і мав позитивний відтінок.

- контратака. У відповідь на інформаційну атаку, ви організуєте свою війну з джерелом негативних і неправдивих відомостей про вас.

- посилення білого піару. Не звертаючи уваги на компромат, потрібно якомога тісніше працювати зі своєю аудиторією, демонструючи тільки позитивні якості [2].

Типовими завданнями чорного PR є видатні діячі корпоративного світу, такі як керівники компаній та засновники компаній. Крім того, чорний PR часто також використовується для дискредитації активістів, цілих країн, а також політичних діячів. Але, по суті, майже кожен може стати мішенню. Існує безліч тактик і методів, які охоплюють гаму від так званих медових пасток, фальшивого змісту, електронної пошти і маніпуляції з соціальними медіа, несанкціонованих витоків, негативних відгуків і експозицій, а також стійких кампаній з негативним змістом.

У мережі чорний PR працює навіть більш ефективно, ніж зовні, оскільки кількість користувачів, які мають доступ до пропонованої інформації, оцінюється в мільйонах. І навіть якщо сотий мільйон вірять в негатив, що поширюється в Інтернеті – в результаті є мінус 10 тисяч лояльних користувачів. Великі корпорації, безумовно, переживуть цю неприємність, але для тих, хто тільки пристосовується у своїй ніші, такий удар може бути катастрофічним.

Кожна система прагне стабільності та уникнення хаосу. Проте це є неможливим, адже в будь-який момент настає період кризи на ринку, який сприяє його розвитку. У випадку настання кризової ситуації доцільно застосувати методику виходу з кризи Сема Блека. Цей західний фахівець став одним з провідних у Світі через вивчення PR та написав декілька інформаційних книг зі своїми дослідженнями.

Західний досвід показаний Семом Блеком в таких загальних принципах:

1. Необхідною є моментальна реакція на запити преси.
2. Тільки відомі факти можна оприлюднити, слід уникати припущень про причини і жертви.
3. Як тільки достатній обсяг неприємних новин зібраний, слід негайно скликати прес-конференцію. Як можна більш повна інформація повинна бути видана на ній, і на всі питання преса повинна отримати відповідь.

4. На прес-конференціях обов'язково повинні бути перші особи. Відсутність їх виробляє дуже погане враження. Роль виступає вимагає особливої уваги, так як його зовнішність, голос, манера говорити будуть впливати на телевізійну аудиторію.

5. Особливу увагу слід приділити родичам постраждалих. Компанія повинна проявити максимум можливої участі. Саме на цьому рівні часто формується ставлення до компанії в громадській думці [3].

Також можна створювати профілі від імені компанії в профільних форумах, замовляти статті та публікації для розміщення в засобах масової інформації та на соціальних платформах, які будуть оптимально адаптовані для цих платформ, готувати та розсилати прес-релізи для будь-якої інформації, використовувати можливості SEO.

Крім того, можна найняти PR-спеціалістів, які мають активну технологію «очистки» репутації - це, принаймні, дорожче, але часто простіше і безпечніше, ніж усувати негатив самостійно.

Можна обирати способи відновлення репутації, засновані на впливі методів чорного PR, які піддавались компанії і яким ресурсам доведеться протистояти. Не потрібно забувати про правильне позиціонування бренду, створення лояльної аудиторії, зміцнення репутації - це те, що у важкий час пом'якшить удар і допоможе уникнути великих репутаційних і фінансових втрат.

Отже, чорний піар - один з найбільш впливових видів піару будь-якого підприємства, компанії чи організації. Важливо враховувати, що якщо керівництво не є компетентним в даній справі, обов'язково необхідно звернутись до спеціалістів, а краще - PR-компаній. Адже кожний крок в цій галузі потребує обдуманих професійних рішень, щоб навпаки не завдати шкоди власному підприємству і не «зіграти» на руку конкурентами, які в свою чергу потім можуть застосувати інформацію проти вас. А професійна побудова стратегії чорного піару може зробити вашу компанію лідером на ринку, або, можливо навіть, монополістом.

Список використаних джерел та літератури:

1. Надія Дряміна [Електронний ресурс]. - Режим доступу: <https://ru.euronews.com/2018/09/10/volkswagen-emissions-trial>
2. Бізнес статті [Електронний ресурс]. - Режим доступу: <https://businessman.ru/cherniy-pr-ponyatie-tehnologii-primeriy-pr-kampaniya-cherniy-piar---toje-piar.html>
3. Г. Почепцов. Теорія комунікації. [Електронний ресурс]. - Режим доступу: <https://studfiles.net/preview/6320444/page:85/>

ОПТИМІЗАЦІЯ ЛАНЦЮГІВ ПОСТАЧАННЯ ТОВАРІВ У МІЖНАРОДНІЙ ЛОГІСТИЦІ

**ШИБЕНЮК П., 4 курс (ОС «бакалавр») ФУСОХТ ЧТЕІ КНТЕУ
спеціальність «Підприємництво, торгівля та біржова діяльність»
наук. кер. Лошенко О.В.**

Стаття присвячена розкриттю сутності та значення транспортних послуг в оптимізації ланцюгів постачання товарів у міжнародній логістиці. Розкрито види транспортних послуг, охарактеризовано типи транспортних перевезень, проаналізована система постачання товарів у міжнародній логістиці.

The article is devoted to the disclosure of the essence and importance of transport services in optimizing the supply chain of goods in international logistics. The types of transport services are revealed, the types of transportation are described, the system of supply of goods in international logistics is analyzed.

Одним з головних напрямів підвищення ефективності міжнародної логістики є перехід на сучасні логістичні технології управління товарними потоками в процесі доставки товарів споживачеві. Формування конкурентних переваг підприємств сьогодні відбувається через скорочення логістичних витрат і поліпшення якості обслуговування на основі удосконалення та створення нових міжнародних логістичних систем. Надзвичайно велика увага приділяється питання постачання товарів, у яких провідне місце належить міжнародним транспортним послугам.

Метою статті є обґрунтування необхідності використання міжнародних транспортних послуг для оптимізації ланцюгів постачання товарів споживачем.

Об'єктом дослідження є процес формування та надання транспортних послуг в ланцюгу постачання товарів у міжнародній логістиці.

Предметом дослідження є фактори, які впливають на оптимізацію ланцюга постачання товарів у міжнародній логістиці.

Значний внесок у розвиток міжнародної логістики внесли такі вітчизняні та зарубіжні, як О. Альбеков, Д. Бауерсокс, Р. Баллоу, А. Гаджинський, М. Гордон, С. Карнаухов, Д. Клосс, Є. Крикавський, М. Кристофер, Р. Ларіна, М. Месарович, Мяснікова, І. В. Николайчук, М. Окландер, Л. Проценко, М. Постан, М. Румянцев, А. Семененко, В. Сергєєв, А. Смєхов, І. Такаха, Д. Уотерс, Н. Чухрай, В. Щербаков та інші. Проте питання управління ланцюгами постачання товарів та пошук шляхів використання оптимальних транспортних послуг ще недостатньо вивчені.

Міжнародні транспортні послуги продаються і купуються на міжнародних транспортних ринках, які розрізняються залежно від видів транспорту, географічних районів перевезення і видів товарів, що перевозяться. Водночас, крім безпосередньої перевізної діяльності транспортні послуги включають різні супутні операції: доставка товарів від складу виробника до найближчого торговельного підприємства, його навантаження на транспортні засоби, перевантаження на інші види транспорту в проміжних пунктах,

вивантаження в пункті призначення, тимчасове збереження товару у підприємств-посередників і переоформлення перевізних документів.

При цьому транспортні послуги розрізняються залежно від: виду транспорту: водний (морський і річковий), наземний (залізничний і автомобільний), повітряний (авіаційний), трубопровідний, змішаний; предмета транспортної операції (вантаж, пасажир, багаж); транспортної характеристики товару: сухий - навалний (вугілля, руда), насипні (зерно, цемент, фосфати), генеральні (штучні); наливний (нафта і продукти її переробки, рослинні олії, вино тощо); періодичності перевезення (регулярні і нерегулярні); порядку проходження границі (з перевантажуванням і без перевантажування); виду транспортно-технологічної системи (контейнерна, поромна, ліхтерна та ін.); виду сполучення (пряме, непряме та ін.).

У практичній діяльності підприємств найбільш популярним нині є міжнародне мультимодальне транспортування, яке полягає у перевезенні товарів, мінімум, двома різними видами транспорту на основі мультимодального транспортного контракту з місця відправки товарів з однієї країни, в якій їх забирає мультимодальний транспортний оператор, до місця призначення товару в іншій країні [1, с.42].

У свою чергу, інтермодальне транспортування полягає у перевезенні товарів в одному й тому самому вантажному або транспортному засобі, яке послідовно змінює два або більше видів транспорту без перевантаження самого товару.

Добре відомим нині є комбіноване транспортування, яке представляється різновидом інтермодального транспортування. У ньому більша частина доставки товару здійснюється залізницею, річковим або морським транспортом, а у початковий або кінцевий максимально скорочений етап - автомобільним транспортом.

Разом з тим, транспортування можна вважати ключовою логістичною функцією, яка тісно пов'язана з переміщенням товарів транспортним засобом (або засобами) за певною технологією в ланцюгу поставок, що складається з логістичних операцій та функцій, включаючи експедирування, вантажопереробку, пакування, передачу прав власності на товар, страхування ризиків, митні процедури тощо.

У міжнародній логістиці транспортування концентрує свою увагу на постачанні потрібного товару потрібної якості та кількості в задане підприємство з оптимальними витратами. При цьому підприємствами використовуються сучасні логістичні технології транспортування та вантажопереробки, до найбільш популярних серед яких відносяться: інтер-, мультимодальні та термінальні системи перевезення товарів, технології перевезення JIT («точно в термін») та «від дверей до дверей», сучасні телекомунікаційні системи супроводження товарів та інші.

При виборі виду транспорту керівниками підприємств увага зосереджується на таких факторах як: географічне положення країн-експортерів та імпортерів; відстань між країнами; характер (вид) товару, що перевозиться та його вартість, вартість перевезення, безпека транспортування.

Вагоме значення приділяється географічному положенню країн-експортерів та імпортерів. Для внутрішньоконтинентальних перевезень використовують залізничний, трубопровідний, автомобільний та авіаційний транспорт, а у міжконтинентальних - морський та авіаційний транспорт. Для островних країн (Великобританія, Японія та багатьох інших) основними, а то і єдиними, видами міжнародних перевезень є морський або авіаційний транспорт. В окремих випадках можуть застосовуватися інші (наприклад, завдяки тунелю під Ла-Маншем Великобританія сполучається з континентальною Європою залізницею та автотранспортом; трубопроводами, що прокладаються по дну морів, перекачуються газ і нафта) [2, с.125].

У багатьох країнах, а також і в Україні більша частина міжнародних перевезень здійснюється наземними видами транспорту. Дуже часто доводиться використовувати різні види транспорту для перевезення одного й того самого товару. Так, континентальні країни Центральної Африки головними своїми партнерами мають європейські країни, а виходу до моря в них немає; тому вони вимушені комбінувати автомобільний (або залізничний) і морський транспорт. В аналогічному становищі знаходяться країни Центральної Азії.

Основні цілі постачання: забезпечити безперервний потік матеріальних ресурсів, видаткових матеріалів і послуг, що потрібні для діяльності підприємства; підтримувати інвестиції в запаси та витрати на мінімальному рівні; забезпечувати високу якість товарів та працювати над її підвищенням; відшукувати і розвивати відносини з компетентними постачальниками; закуповувати необхідні товари і послуги з мінімальними загальними витратами; зміцнювати конкурентну позицію підприємства; вибудовувати гармонічні та продуктивні відносини з іншими функціональними напрямками діяльності підприємства; націлюватись на досягнення цілей закупівлі з мінімально можливими адміністративними витратами.

На нашу думку, основними видами закупівельної діяльності, що особливо впливають на здатність підприємства досягати поставлених цілей можна вважати: вибір і оцінку постачальників (джерел поставок, закупівель); контроль якості; здійснення форвардних закупівель.

До головних параметрів, що враховуються при ухваленні рішення про закупівлю керівники підприємств відносять: час виконання замовлення; стабільність часу виконання замовлень; частка (відсоток) своєчасних доставок; частка (відсоток) товарів, наявних в запасі; зручність розміщення замовлення/комунікації; можливість експедирування; простоти, викликані помилками продавців, неповним відвантаженням або запізною доставкою; надійність товарів; зручність технічного обслуговування товару та користування ним; недоліки товару через його ушкодження; відмова прийняти доставлені товари через їх невідповідну якість; технічна специфікація; послуги технічного характеру і навчання (професійна підготовка користувачів), пропонувані продавцем; конкурентні ціни; конфіденційність при взаємодії з торговельними представниками; минулий досвід взаємодії із продавцем; загальна репутація продавця; фінансові умови; обслуговування покупця після здійснення ним покупки; аналіз того, наскільки продавець здатний гнучко задовольняти запити підприємства-покупця та інші характеристики.

Практики вважають, що динаміка системи постачання може відбуватися за двома сценаріями: аутсорсинг («Outsourcing») і інсорсинг («Insourcing»). За сценарієм «Outsourcing» частина виробничих

процесів переноситься на інші підприємства. За цим сценарієм підприємства, намагаючись організувати своє виробництво з найменшими витратами, залишають в себе лише виробництво тих складових, що стосуються основного виробництва, і позбуваються тих, які можна дешевше придбати на ринку, не залишаючи водночас поза увагою фактори присутності на ринку, стабільності постачання, залежності від постачальників тощо.

Натомість «Insourcing» є протилежним до попереднього сценарію поведінки виробника і означає перенесення інших виробництв на територію підприємства або якнайближче, щоб позбутися залежності від зовнішніх факторів впливу, пов'язаних з транспортними процесами.

Поєднання цих двох сценаріїв поведінки підприємства відбувається у формі таких сучасних стратегій постачання: глобальне джерело постачання (GlobalSourcing); єдине джерело постачання (SingleSourcing), яке передбачає концентрацію джерел постачання в єдине; «модульне» джерело постачання (ModularSourcing), яке базується на купівлі попередньо змонтованих «модулів» від постачальника. Таке часткове перенесення процесу монтажу призводить до часткового перенесення функцій дослідження та розвитку, забезпечення якості тощо, обумовлюючи зменшення складності виконання робіт та кількості зовнішніх зв'язків із постачальниками; регіональне джерело постачання (RegionalSourcing) за основу приймає територіальне «районування» систем постачання на відміну від товарного «районування» в системі модульного постачання.

Використання глобальних джерел постачання дозволяє залучити відсутні у власній країні товари, послуги або виробничі потужності в бажаній якості і кількості. Водночас в країнах придбання можуть відкриватися нові ринки збуту. Також скорочуватиметься залежність від місцевих постачальників і відповідно підвищуватиметься конкуренція на ринку постачальників, стає можливим трансфер технологій.

Мережі постачальників можуть представляти собою формальні й неформальні групи підприємств, об'єднаних спільним інтересом, які здійснюють поставки від певного замовника або постачальника першого рівня. Розрізняють три види подібних груп: об'єднання постачальників; японські кейрецу; італійські райони.

У об'єднання (асоціації) постачальників входить мережа важливих постачальників підприємства, зведених воедино для координації й розвитку. Форум асоціації постачальників проводить навчання й надає ресурси для вдосконалення виробництва та логістичного процесу, у тому числі комунікацій.

Термін «кейрецу» означає японський бізнес-консорціум, заснований на кооперації, координації, спільній власності й контролі. Його багаторівнева система гарантує, що підприємство працює безпосередньо лише з обмеженою кількістю постачальників. Ці постачальники, у свою чергу, беруть на себе відповідальність за управління наступним рівнем і т.д. Прикладами таких є типові мережі постачальників великих автомобільних і радіоелектронних компаній.

Італійські райони - спосіб організації партнерських відносин при поставках, сутність якого полягає в тому, що підприємства отримують вигоду з «високорозвиненої мережі постачальників, галузей, служб та інфраструктури забезпечення», а також з географічної концентрації підприємств у районі, де посилено відбувається логістичний процес. Переважна більшість підприємств управляються підприємцями, які самі є фахівцями в цій галузі та часто застосовують елементарні методи планування і контролю. Наразі актуальним залишається питання проте, чи зможуть райони пристосуватися до змін, пов'язаних із глобальною конкуренцією.

Усі дії в межах стратегії забезпечення логістичних операцій на міжнародному рівні розглядаються на трьох основних рівнях: макроекономічному, що стосується всіх загальноекономічних, технічних, організаційних і правових аспектів функціонування логістичних суб'єктів у всіх секторах економіки; мезоекономічному, обмеженому межами якого-небудь сектора економіки або регіону; мікроекономічному, тобто на рівні функціонування окремих логістичних підприємств [3, с.94].

Основні елементи глобальної логістичної стратегії є: позиціонування, інтеграція, гнучкість і вимірність. Концепція позиціонування є надбудовою глобальної логістичної стратегії підприємства, яка визначає відмінні його риси в порівнянні з конкурентами, відносини з постачальниками і замовниками, організацію інформаційних потоків та операцій фізичного розподілу. Стратегія позиціонування логістики на міжнародному ринку повинна враховувати різну реакцію учасників логістичного процесу на національному і міжнародному рівнях на пропонувані ціни, тарифи і якість логістичного обслуговування. Підприємство, що бажає зберегти попит на свої товари на попередньому рівні або підвищити його, повинне знати поточну і майбутню поведінку учасників логістичного процесу, враховувати: власні можливості участі в конкурентній боротьбі, можливості діючих каналів постачань, безперервність і еластичність їх роботи в межах міжнародної торгівлі; специфіку маркетингу (реклама, просування товару, дослідження ринку), а також його ефективність для управління поведінкою покупців і підвищення власної частки на ринку.

Інтеграція досягається шляхом застосування сучасних інформаційних технологій для спільного використання необхідної інформації всіма партнерами глобальних логістичних ланцюгів і каналів. Це означає високий ступінь пов'язаності партнерів, обмін даними між ними в стандартизованих форматах, як правило, у режимі реального масштабу часу «online».

Гнучкість-здатність швидко реагувати на специфічні запити споживачів, адекватно вносити зміни як у виробництво, так й у дистрибуцію відповідно до їх вимог. Цей елемент дозволяє підприємству функціонувати більш успішно, ніж конкуренти, реалізуючи свою глобальну логістичну стратегію.

Вимірність характеризує можливість моніторингу логістичного менеджменту та ідентифікації можливостей підприємства щодо подальшого удосконалення його діяльності на міжнародному ринку. Кращі транснаціональні корпорації використовують процедури «benchmarking», стандартизації якості, функціональні способи оцінки ступеня задоволення споживачів якістю товарів та сервісу, тотальних логістичних витрат, повернення на вкладений капітал і тривалості складових логістичних циклів як міри ефективності глобальних логістичних ланцюгів. Ступенем задоволення споживачів є «виконане

замовлення», у якому поставка товару здійснена вчасно, без шкоди для споживача із правильно оформленим рахунком.

На розробку підприємством стратегії з ведення зовнішньо-економічних операцій на міжнародному рівні впливають фактори зовнішнього середовища діяльності підприємства, управляти якими логістика не в змозі. До них відносяться очікування споживачів і пов'язані з цим демографічні особливості і характеристики ринків; ринкові умови, їх стабільність, кон'юнктурні коливання; політичні умови і відносини з органами влади; економічний клімат в країні, соціальні умови, умови підприємництва, правові норми і обмеження тощо; конкуренти - їх кількість, легкість або труднощі проникнення на ринки; акціонери і групи зацікавлених осіб - їх цілі, наміри, політика доходів і інвестиційна політика, очікуваний прибуток; передові технології та інновації, ймовірні напрямки їх розвитку.

До основних факторів внутрішнього середовища у міжнародному логістичному процесі належать: активи підприємства - матеріальні (будинку, споруди, устаткування тощо) і нематеріальні, до яких відносять: лояльність постачальників і споживачів; кадровий персонал підприємства; фінансовий стан і фінансову репутацію; правильно налагоджена система обміну інформацією; застосовувані технології, структура підприємства і правильний розподіл функцій і обов'язків; інші активи (патенти, ліцензії).

Таким чином, цілі стратегій у глобальних компаніях формуються з урахуванням компонентів, таких як технологія, маркетинг, виробництво і логістика. Необхідною є продуктивна синергія всіх чотирьох компонентів, причому глобальна логістична система, будучи чинником конкурентної переваги, служить базовим фундаментом, на якому заснована робота інших сфер діяльності підприємства.

Список використаних джерел:

1. Лукинский В. Экономическая оценка затрат на логистику при международных автомобильных перевозках / В. Лукинский, Е. Будрина, Ю. Машин // Дистрибуция и логистика. - 2007. - № 9. - С. 40 - 43.
2. Олійник Я.Б. Міжнародна логістика : [Текст]: навч. посіб. / Я.Б. Олійник, І.Г. Смірнов. – К. : Обрії, 2011. – 543 с.
3. Мандра В. В. Аналіз світового досвіду управління транспортно-логістичним центром. Економічний аналіз : зб. наук. праць. Тернопіль : Видавничо-поліграфічний центр Тернопільського національного економічного університету «Економічна думка», 2016. Том 24. № 2. С. 92–97.

Фінаси, банківська система та страхування

АКЦИЗНИЙ ПОДАТОК ЯК ФОРМА СПЕЦИФІЧНИХ АКЦИЗІВ

БАНАР А., 1 курс (ОС «бакалавр») ФОФЕД ЧТЕІ КНТЕУ

**спеціальність «Фінанси і кредит»,
спеціалізація «Державні фінанси»**

наук. кер. Томнюк Т.Л.

Стаття присвячена розкриттю сутності акцизного податку як форми специфічних акцизів. Розкрити суть механізму акцизного оподаткування в Україні та проаналізувати стан надходжень акцизного податку в загальній структурі податкових надходжень до Державного бюджету України за 2016-2018 роки, а також розкрити основне коло проблем та основні напрямки вдосконалення акцизного оподаткування в Україні.

The article is devoted to the disclosure of the essence of the excise tax as a form of specific excise taxes. To reveal the essence of the mechanism of excise taxation in Ukraine and analyze the state of excise tax revenues in the overall structure of tax revenues to the State Budget of Ukraine for 2016-2018, as well as to reveal the main range of problems and the main directions of excise tax improvement in Ukraine.

Актуальність даної теми полягає в тому, що в умовах загострення економічної і політичної кризи в Україні, а також тривалого військового конфлікту на Донбасі загострюється питання необхідності наповнення дохідної частини бюджету. Звичайно, що в даних умовах відбувається згортання економічної активності учасників ринку, тому зменшуються надходження від прямих податків. Зважаючи на це, переважна частка у складі податкових надходжень до бюджету України припадає на непрямі податки.

Метою статті є висвітлення теоретико-методологічних основ акцизного податку як форми специфічних акцизів та пошуку напрямків удосконалення акцизного оподаткування в Україні.

Об'єктом дослідження є акцизний податок як форма специфічних акцизів, який являє собою вагоме джерело формування доходів державного бюджету та інструментом державного регулювання економіки.

Предметом дослідження є поглиблення теоретичних засад та обґрунтування практичних рекомендацій, щодо удосконалення акцизного оподаткування на основі аналізу його ефективності, застосовуючи світовий досвід.

Акцизний податок – непрямий податок на споживання окремих видів товарів, визначених Податковим кодексом України як підакцизні, що включається до ціни таких товарів. Основою податку виступає диференційований підхід до оподаткування різних товарів за різними ставками, тому його відносять до категорії специфічних акцизів. Акцизним податком обкладаються товари, які відповідають таким характеристикам: виробництво і реалізація таких товарів повинно перебувати під наглядом держави; існує необхідність перерозподілу надвеликих доходів від реалізації окремих видів продукції і обмеження їх споживання (алкогольні напої, тютюнові вироби, нафтопродукти, автомобілі). Акцизний податок виконує 2 функції: фінансову і регулюючу. Фінансова функція податків полягає у наповненні державного бюджету. Регулююча функція податків полягає у необхідності коректування попиту і пропозиції на окремі види товару.

Податковим кодексом України (від 2 грудня 2010 р. №2755-VI) було об'єднано різні податкові закони [5], [6], [7]. В розділі VI ПКУ викладено основні елементи, які розкривають механізм справляння акцизного податку, такі як – платники податку, об'єкти оподаткування, база оподаткування, перелік підакцизних товарів та ставки, порядок обчислення податку з товарів, що вироблені на митній території України та ввезені на митну територію України, особливості оподаткування тютюнових та алкогольних виробів, контроль за сплатою податку. Згідно з Податковим Кодексом України станом на 1 березня 2017 року до підакцизних товарів належить: спирт етиловий, алкогольні напої; тютюнові вироби; пальне; транспортні засоби; електрична енергія.

З метою визначення фінансової ролі акцизного податку в наповненні дохідної частини Державного бюджету проаналізуємо склад і динаміку податкових надходжень за 2016-2018 роки (таблиця 1). Аналіз проводимо на основі даних офіційного сайту Державної фінансової служби України, бюджетного моніторингу (аналіз виконання бюджету за 2016-2018 роки) Державної казначейської служби України [1], [2], [3].

Таблиця 1

Склад і динаміка податкових надходжень у доходах Державного бюджету за 2016-2018 роки (млрд грн)

Найменування	Роки			Відхилення			
				Абсолютне		Відносне, %	
	2016	2017	2018	2017/2016	2018/2017	2017/2016	2018/2017
ПДФО	59,8	75,0	91,7	15,2	16,7	25,4%	22,3%
Податок на прибуток підприємств	54,3	66,9	96,9	12,6	30,0	23,2%	44,8%
Рентна плата	44,1	48,7	45,3	4,6	-3,4	10,4%	-7,0%
АП з вироблених в Україні підакцизних товарів	55,1	66,3	71,1	11,2	4,8	20,3%	7,2%
АП з ввезених на митну територію України підакцизних товарів	35,0	42,0	47,7	7,0	5,7	20,0%	13,6%
ПДВ з вироблених в Україні товарів	54,1	63,5	79,1	9,4	15,6	17,4%	24,6%
ПДВ з ввезених на територію України товарів	181,5	250,5	295,4	69,0	44,9	38,0%	17,9%
Інші податкові надходження	20,0	14,3	26,6	-5,7	12,3	-28,5%	86,0%
Разом податкових надходжень	503,9	627,2	753,8	123,3	126,6	22,5%	20,2%

Проаналізувавши склад і динаміку податкових надходжень у доходах Державного бюджету за 2016-2018 роки можна зробити такий аналітичний висновок:

1) Надходження від податку на доходи фізичних осіб у 2017 році в порівнянні із 2016 роком збільшилися на 15,2 млрд грн, що становить 25,4%; у 2018 році в порівнянні із 2017 роком збільшилися на 16,7 млрд грн., що становить 22,3%. В основному збільшення надходжень відбулось за рахунок підвищення мінімальної заробітної плати, що встановлена законодавчо.

2) Надходження від податку на прибуток підприємства у 2017 році в порівнянні із 2016 роком збільшилися на 12,6 млрд грн, що становить 23,2%; у 2018 році в порівнянні із 2017 роком збільшилися на 30,0 млрд грн, що становить 44,8%. Збільшення надходжень відбулось в основному за рахунок росту товарних цін.

3) Надходження від рентної плати у 2017 році в порівнянні із 2016 роком збільшилися на 4,6 млрд грн, що становить 10,4%; у 2018 році в порівнянні із 2017 роком зменшилися на 3,4 млрд грн, що становить 7,0%.

4) Надходження від акцизного податку з вироблених в Україні підакцизних товарів у 2017 році в порівнянні із 2016 роком збільшилися на 11,2 млрд грн, що становить 20,3%; у 2018 році в порівнянні із 2017 роком збільшилися на 4,8 млрд.грн., що становить 7,2%.

5) Надходження від акцизного податку з ввезених на митну територію України підакцизних товарів у 2017 в порівнянні із 2016 роком збільшилися на 7,0 млрд грн, що становить 20,0%; у 2018 році в порівнянні із 2017 роком збільшилися на 5,7 млрд.грн., що становить 13,6%.

6) Надходження від податку на додану вартість з вироблених в Україні товарів у 2017 в порівнянні із 2016 роком збільшилися на 9,4 млрд грн, що становить 17,4%; у 2018 році в порівнянні із 2017 роком збільшилися на 15,6 млрд грн, що становить 24,6%. Збільшення надходжень відбулось в основному за рахунок росту товарних цін.

7) Надходження від податку на додану вартість з ввезених на територію України товарів у 2017 в порівнянні із 2016 роком збільшилися на 69,0 млрд грн, що становить 38,0%; у 2018 році в порівнянні із 2017 роком збільшилися на 44,9 млрд грн, що становить 17,9%. Збільшення надходжень відбулось в основному за рахунок росту товарних цін.

8) Інші податкові надходження у 2017 в порівнянні із 2016 роком зменшилися на 5,7 млрд грн, що становить 28,5%; у 2018 році в порівнянні із 2017 роком збільшилися на 12,3 млрд грн, що становить 86,0%.

9) Разом податкові надходження у 2017 в порівнянні із 2016 роком збільшилися на 123,3 млрд грн, що становить 22,5%; у 2018 році в порівнянні із 2017 роком збільшилися на 126,6 млрд грн, що становить 20,2%.

В цілому бачимо тенденцію до зростання податкових надходжень за всіма видами, що є позитивним явищем, але і інфляційні процеси в Україні є досить стрімкими, що зменшує ефект від надходжень.

Розглянемо структуру податкових надходжень у доходах Державного бюджету за 2016-2018 роки (таблиця 2) [1], [2], [3].

Таблиця 2

Структура податкових надходжень у доходах Державного бюджету за 2016-2018 роки (млрд грн)

Найменування	Роки					
	2016		2017		2018	
	Сума	Питома вага, %	Сума	Питома вага, %	Сума	Питома вага, %
ПДФО	59,8	11,9%	75,0	12,0%	91,7	12,2%
Податок на прибуток підприємств	54,3	10,8%	66,9	10,7%	96,9	12,9%
Рентна плата	44,1	8,8%	48,7	7,8%	45,3	6,0%
АП з вироблених в Україні підакцизних товарів	55,1	10,9%	66,3	10,6%	71,1	9,4%
АП з ввезених на митну територію України підакцизних товарів	35,0	6,9%	42,0	6,7%	47,7	6,3%
ПДВ з вироблених в Україні товарів	54,1	10,7%	63,5	10,1%	79,1	10,5%
ПДВ з ввезених на територію України товарів	181,5	36,0%	250,5	40,0%	295,4	39,2%
Інші податкові надходження	20,0	4,0%	14,3	2,3%	26,6	3,5%
Разом податкових надходжень	503,9	100%	627,2	100%	753,8	100%

Проаналізувавши структуру податкових надходжень у 2016 році можна зробити висновок, що надходження від акцизного податку склали 17,8% від усіх податкових надходжень: 10,9% - від акцизного податку з вироблених в Україні підакцизних товарів і 6,9% - від акцизного податку з ввезених на митну територію України підакцизних товарів. Проаналізувавши структуру податкових надходжень у 2017 році можна зробити висновок, що надходження від акцизного податку склали 17,3% від усіх податкових надходжень: 10,6% - від акцизного податку з вироблених в Україні підакцизних товарів і 6,7% - від акцизного податку з ввезених на митну територію України підакцизних товарів. Проаналізувавши структуру податкових надходжень у 2018 році можна зробити висновок, що надходження від акцизного податку склали 15,7% від усіх податкових надходжень: 9,4% - від акцизного податку з вироблених в Україні підакцизних товарів і 6,3% - від акцизного податку з ввезених на митну територію України підакцизних товарів.

Основними проблемами акцизного оподаткування є: відсутність ефективного механізму контролю обігу підакцизних товарів, маркованих марками акцизного податку (алкогольних напоїв та тютюнових виробів);

існування схем ухилення від сплати акцизного податку та контрабанди товарів, що прямо впливає на суми надходжень податку до бюджету; неузгодженість ставок щодо підакцизних товарів з фіскальним законодавством ЄС і складність виконання Україною взятих на себе зобов'язань з гармонізації ставок згідно Директиви Ради ЄС про структуру і ставки акцизного податку; відсутність в Україні ефективного державного контролю за обсягами видобутку нафти та виробництва пального; відсутність в Україні цілісної автоматизованої системи контролю за обігом підакцизних товарів; відсутність дієвого механізму боротьби з фальсифікованими та ввезеними на територію України з порушенням митного законодавства підакцизними товарами та системного контролю за їх обігом; недостатній рівень повноважень працівників податкових та митних органів і їх відповідальності за бездіяльність [4, с. 90 – 96].

Виявлені проблеми у здійсненні акцизного оподаткування вимагають пошуку напрямків вдосконалення акцизного оподаткування в Україні. Для цього необхідно: здійснити гармонізацію акцизного оподаткування до вимог країн – членів ЄС; провести детінізацію ринку підакцизних товарів в Україні, одним з елементів якої може бути застосування реєстраторів розрахункових операцій (РРО); створити цілісну електронну систему контролю за обігом підакцизних товарів, яка охоплювала б усі стадії обігу підакцизних товарів на митній території України від їх виробника (імпортера) до суб'єкта господарювання (до прикладу, інструментом забезпечення адміністрування акцизного податку в країнах ЄС є електронна система контролю за рухом підакцизних товарів – Excise Movement and Control System - EMCS); запровадити використання цифрової технології маркування («електронна марка») підакцизних товарів Codentify (Кодентіфай), яка розроблена швейцарською асоціацією цифрового кодування та відстеження, схвалена Інтерполом та Європейським бюро по боротьбі з шахрайством і застосовується в 50 країнах світу; підвищити ефективність акцизних алкогольних складів з врахуванням світового досвіду; підвищити ефективність контролю – перевіркою роботи за рахунок викриття підпільних цехів з виготовлення алкогольних напоїв, тютюнових виробів та палива, встановлення фактів без ліцензійної діяльності та фактів перевезення підакцизної продукції без супровідних документів; посилити відповідальність суб'єктів господарювання, які виробляють, імпортують та реалізують підакцизні товари невідомого походження; провести обладнання акцизних складів апаратами для обліку залишків нафтопродуктів (рівноміри та витратоміри); забезпечити митні пости габаритно – ваговими комплексами для забезпечення адміністрування акцизним податком повного обсягу пального.

Отже, можна зробити висновок надходження від акцизного податку в 2016-2018 роках мали наявну тенденцію до зростання, зокрема: в 2017 році в порівнянні із 2016 роком надходження від акцизного податку з вироблених в Україні підакцизних товарів збільшилися на 11,2 млрд грн, що становить 20,3%, а у 2018 році в порівнянні із 2017 роком збільшилися на 4,8 млрд грн, що становить 7,2%; надходження від акцизного податку з ввезених на митну територію України підакцизних товарів у 2017 році в порівнянні із 2016 роком збільшилися на 7,0 млрд. грн., що становить 20,0%, а у 2018 році в порівнянні із 2017 роком збільшилися на 5,7 млрд грн, що становить 13,6%. Частка акцизного податку в структурі податкових надходжень коливається в межах 15-18%, відповідно за 2016 рік – 17,8%, за 2017 рік – 17,3%, за 2018 рік – 15,7%. Надходження від акцизного податку займає вагомий частину у податкових надходженнях, а це означає, що держава на максимум використовує фіскальний важіль акцизного податку в умовах скорочення темпів виробництва товарів, робіт і послуг. Вирішення наявних проблем в адмініструванні акцизного податку є одним із шляхів зростання обсягу його надходжень до бюджету за рахунок збільшення об'єктів оподаткування без зростання рівня відповідного податкового навантаження, а також створить умови для становлення конкурентного середовища, забезпечить сталий розвиток вітчизняних підприємств – виробників підакцизної продукції, зменшить частку тіньового ринку і знизить наявність на ринку неякісної підакцизної продукції, забезпечить ефективний державний контроль за обсягами виробництва та обігом підакцизної продукції. Крім того, на шляху до євроінтеграції Україна взяла на себе певні зобов'язання, у яких немає місця контрафактній продукції на полицях магазинів, контрабанді, нечесній конкуренції та загрозі здоров'ю громадян. У боротьбі з тіньовим ринком Україна пройшла точку неповернення і ситуація повинна змінитися на краще.

Список використаних джерел:

1. Звіт про виконання Державного бюджету України за 2016 рік / Офіційний веб-сайт Державної казначейської служби України [Електронний ресурс] – Режим доступу: <https://www.treasury.gov.ua/ua/file-storage/richna-zvitnist-3>
2. Звіт про виконання Державного бюджету України за 2017 рік / Офіційний веб-сайт Державної казначейської служби України [Електронний ресурс] – Режим доступу: <https://www.treasury.gov.ua/ua/file-storage/richna-zvitnist-2>
3. Звіт про виконання Державного бюджету України за 2018 рік / Офіційний веб-сайт Державної казначейської служби України [Електронний ресурс] – Режим доступу: <https://www.treasury.gov.ua/ua/file-storage/richna-zvitnist>
4. Коротун В. Трансформація акцизної політики України: [монографія] / – Ірпінь: Видавництво університету ДПС України, 2015, - 404с.
5. Податковий кодекс України [Електронний ресурс]: Закон України від 02.12.2010 р. – Режим доступу: https://taxlink.ua/ua/normative_acts/podatkoviy-kodeks-ukraini-21-12-2016/
6. Податковий кодекс України [Електронний ресурс]: Закон України від 02.12.2010 р. – Режим доступу: https://taxlink.ua/ua/normative_acts/podatkoviy-kodeks-ukraini-07-12-2017/
7. Податковий кодекс України [Електронний ресурс]: Закон України від 02.12.2010 р. – Режим доступу: https://taxlink.ua/ua/normative_acts/podatkoviy-kodeks-ukraini-23-11-2018/

ОПОДАТКУВАННЯ ДОХОДІВ ФІЗИЧНИХ ОСІБ В УКРАЇНІ ТА ШЛЯХИ ЙОГО УДОСКОНАЛЕННЯ

**БАТІЄВСЬКА О., 1 курс (ОС «бакалавр») ФОФЕД ЧТЕІ КНТЕУ
спеціальність «Фінанси, банківська справа та страхування»,
спеціалізація «Державні фінанси»
наук. кер. Томнюк Т.Л.**

У статті розглянуто економічну сутність податку на доходи фізичних осіб. Проаналізовано основні тенденції та динаміку надходжень податку на доходи фізичних осіб до Зведеного та Державного бюджетів України. Визначено низку проблем щодо стягнення податку на доходи фізичних осіб. Запропоновано напрямки удосконалення механізму оподаткування доходів громадян в Україні.

The article deals with the economic essence of the personal income tax. The main tendencies and dynamics of incomes of personal income tax to the Consolidated and State budgets of Ukraine are analyzed. A number of problems regarding collection of personal income tax have been identified. The directions of improvement of the mechanism of taxation incomes citizens in Ukraine are offered.

Актуальність теми. Податок на доходи фізичних осіб є основним бюджетоутворюючим податком, який відіграє значну роль у перерозподілі доходів громадян та забезпеченні фінансової достатності бюджету. За допомогою даного податку держава має можливість впливати на рівень доходів і накопичень громадян, він є соціальним регулятором, адже перерозподіляє доходи кожного члена суспільства, під час його сплати формуються взаємозв'язки платників з державою, так як кожен з них стає учасником бюджетного процесу щодо формування доходів держави.

Мета статті полягає у обґрунтуванні податку на доходи фізичних осіб як важливої складової системи прямого оподаткування, визначення його економічної сутності та ролі у формуванні доходів бюджету, а також з'ясування наявних у чинному правовому регулюванні проблем податку на доходи фізичних осіб та встановити шляхи їх вирішення.

Об'єкт дослідження – сукупність суспільних відносин щодо оподаткування доходів фізичних осіб.

Предметом дослідження виступають теоретико-практичні засади справляння податку на доходи фізичних осіб.

Найбільш вагомими джерелами вітчизняних науковців, що допомогли в дослідженні правового регулювання податку на доходи фізичних осіб є праці таких науковців, як: А.С. Башняк, А.В. Гречко, І.В. Присяжнюк, В.М. Толочко, В.Б. Тропіна та інші. Проте, через нестабільність чинного податкового законодавства є потреба подальшого дослідження проблеми механізму нарахування та стягнення податку на доходи фізичних осіб.

Оподаткування доходів є не тільки вагомим джерелом формування бюджетних ресурсів держави, але і важливим фінансовим важелем соціально-економічних процесів, оскільки впливає на обсяг і структуру доходів платників, рівень їх заощаджень, активність інвестиційної діяльності, процеси нагромадження капіталу, визначаючи обсяги сукупного споживання та інші чинники стабільності та розвитку суспільства [4, с.65]. Оподаткування доходів фізичних осіб входить до фінансового механізму держави. У результаті перерозподілу доходів фізичних осіб, з одного боку, реалізується економічна доктрина щодо рівня добробуту різних верств населення, а з іншого – формується фінансова база держави.

Податок на доходи фізичних осіб має скерованість на соціальну справедливість податкової систем, оскільки ставить рівень оподаткування в пряму залежність від обсягів доходу платника [6, с.23].

В сучасних умовах ринкової економіки, де існують різні форми власності, побудова системи оподаткування здійснюється на демократичних засадах, із забезпеченням рівності та неупередженості до усіх платників податку незалежно від форми власності та його діяльності, а також із врахуванням всіх доходів, які фізична особа отримує з різних джерел. В сучасних умовах податок на доходи фізичних осіб є одним з найвагоміших джерел доходів бюджету.

Відповідно до ст.162 Податкового кодексу України платниками ПДФО вважаються [1]:

1) фізична особа - резидент, яка отримує доходи як з джерела їх походження в Україні, так і іноземні доходи

2) фізична особа - нерезидент, яка отримує доходи з джерела їх походження в Україні.

Не є платником податку нерезидент, який отримує доходи з джерела їх походження в Україні і має дипломатичні привілеї та імунітет, встановлені чинним міжнародним договором України, щодо доходів, які він отримує безпосередньо від провадження дипломатичної чи прирівняної до неї таким міжнародним договором діяльності.

З точки зору дотримання принципів ефективності і справедливості оподаткування не менш важливим є дослідження регулятивних властивостей податку. Справедливість є досить абстрактним критерієм у оподаткуванні, це ідеал соціально-економічних відносин, досягти якого неможливо, але варто прагнути. На основі цього ідеалу формуються податкова культура та мораль, взаємовідносини між платниками й державою, поведінка та ставлення платників до виконання свого обов'язку [8, с.32]. Тому надзвичайно важливо аналізувати теперішню ситуацію як відправну точку розроблення й реалізації рішень щодо вдосконалення системи оподаткування загалом або певного податку зокрема. Дослідження ґрунтується на аналізі механізму розподілу податкового навантаження на доходи громадян, що дає змогу оцінити його комплексно та розробити дієві заходи з подальшого реформування ПДФО в Україні. Оцінку податку на доходи фізичних осіб як фінансового показника доцільно здійснити за показниками надходжень до Зведеного бюджету наведеними в таблиці 1.1.

В структурі податкових надходжень до Зведеного бюджету податок на доходи фізичних осіб займає значну частку, яка коливається в середньому від 18 % до 20,40% протягом 2016-2018 років. Збільшення надходжень від ПДФО свідчить про зростання номінальних доходів населення, за рахунок зростання номінальної заробітної плати і підвищення фінансової ефективності податку. Частка ПДФО відносно ВВП складає протягом 2016-2018 р.р. приблизно 6% із відхиленням в 1%, що характеризує податок як стабільне джерело доходів бюджету. Важливими показниками, що характеризують особливості

формування надходжень від податку є податок на доходи фізичних осіб на 1 людину і 1 працюючого. З даних наведених у таблиці, видно, що податкове навантаження на 1-го працюючого суттєво зростає порівняно із одною людиною. Відношення становить 2,6 до 1, що може свідчити про приховування доходів громадян, які працюють в тіньовому секторі економіки.

Таблиця 1

**Оцінка податку на доходи фізичних осіб як фіскального показника
(млн грн)**

Показник	2016 р.	2017 р.	2018 р.
Податок на доходи фізичних осіб	138 782	185 686	226 771
Всього податкових надходжень	745 187	948 219	1 111 636
Частка в структурі податкових надходжень	18,62	19,58	20,40
ПДФО у % до ВВП	5,8	6,2	6,4
ПДФО на 1 людину, грн.	3 252	4 371	5 365
ПДФО на 1 працюючого, грн.	8 526	11 493	13 820

Але позитивна тенденція надходжень з податку на доходи фізичних осіб не може об'єктивно характеризувати політику держави у сфері справляння даного податку. Так, як він залежить від ряду інших факторів, таких як:

- 1) збільшення кількості платників податку;
- 2) легалізація доходів платників;
- 3) рівень заробітної плати в країні;
- 4) рівень мінімальної заробітної плати в країні та можливість застосування податкової соціальної пільги;
- 5) рівень зайнятості та зростання загального добробуту населення в країні;
- 6) налагодження податкової культури серед платників [7, с.54].

Як свідчать дані (рис 2.2.) в цілому динаміка надходжень податку на доходи фізичних осіб до Зведеного та Державного бюджетів є позитивною та мала стійку тенденцію до зростання протягом 2016-2018 років, а саме із 138782 млн. грн. у 2016 році, до 226771 млн. грн. у 2018 році.

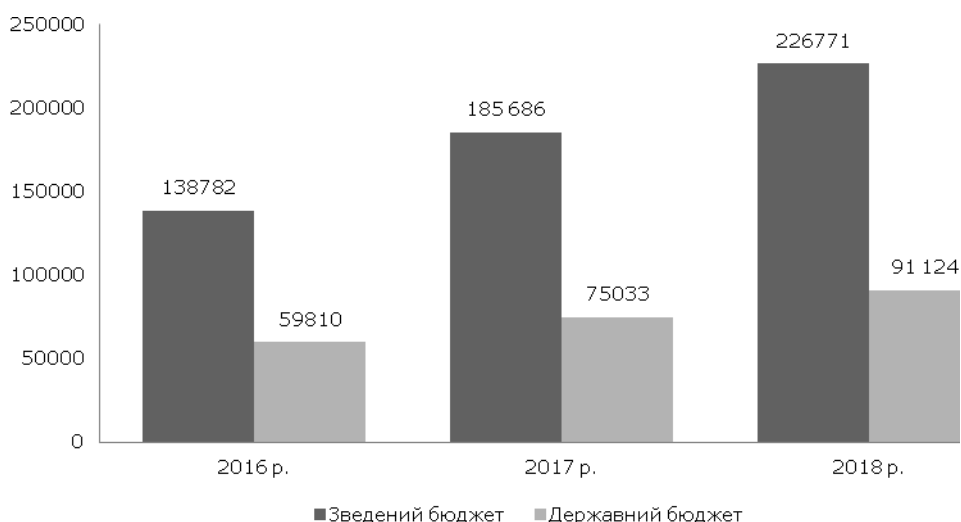


Рис. 1. Динаміка надходжень податку на доходи фізичних осіб до Зведеного та Державного бюджетів України

Проведений аналіз показує, що у 2016 році до Державного бюджету України надійшло 59810 млрд. грн., що становить 43 % від загального обсягу надходжень Зведеного бюджету, у 2017 році до Державного бюджету надійшло на 15223 млрд грн більше ніж у минулому році, що складає 40 % обсягу надходжень ПДФО до Зведеного бюджету. У 2018 році прослідковується збільшення надходження податку на доходи фізичних осіб порівнюючи з 2016-2017 роками, хоча у співвідношенні до надходжень Зведеного бюджету це так само складає 40%.

Отже, податок на доходи фізичних осіб є важливим бюджетоутворюючим елементом та має значний фіскальний потенціал. Пріоритетними завданнями держави мають стати зменшення масштабів бідності та недопущення надмірної диференціації населення за доходами. Високий рівень нерівності в доходах та бідності спричиняють соціальну напругу і соціальні конфлікти. Їх наслідком (особливо в умовах політичної нестабільності) є збільшення економічних ризиків і зниження інвестиційної привабливості країни, що неминуче уповільнює темпи економічного зростання.

Побудова соціально-орієнтованої економіки та інтеграція в європейське співтовариство є стратегічною метою України, відповідно вдосконалення податкової системи має виходити саме з цієї мети. Тому податкова система України має бути гармонізованою із податковими системами зарубіжних країн. Отже, необхідною є розробка такого податкового механізму, який би враховував інтереси платників і держави, а крім того, відповідав критеріям побудови податкових систем зарубіжних країн.

Порівнюючи податкову систему України та європейських країн, можна визначити, що принципової

різниця у цьому відношенні немає. Але на сьогодні в системі адміністрування ПДФО в Україні існують певні проблеми та дисбаланси:

- 1) невідповідність справляння ПДФО окремим принципам побудови та призначення системи оподаткування;
- 2) відсутність прогресивної шкали оподаткування доходів фізичних осіб;
- 3) низький рівень фінансової грамотності та податкової культури населення;
- 4) високий рівень корупції в країні;
- 5) масове ухилення від сплати;
- 6) відсутня практика впровадження заходів щодо легалізації доходів громадян у тіньовому секторі економіки [5, с.18].

Тому при формуванні ефективного механізму оподаткування доходів фізичних осіб виникає необхідність врахування провідного зарубіжного досвіду, особливості та головною перевагою якого є прогресивна шкала оподаткування доходів фізичних осіб. Досвід економічно розвинутих країн показує, що податковий тягар не повинен зменшувати економічну активність платника. Крім того, оподаткування не повинно бути перешкодою ні для внутрішньої раціональної організації виробництва, ні для його зовнішньої орієнтації на структуру попиту споживачів.

У більшості країн Європи податок на доходи фізичних осіб належить до місцевих податків і регулюють ставки місцеві органи самоврядування, а в Україні – тільки держава. Водночас варто звернути увагу на визначення проблем щодо сплати податку в Україні та в інших країнах, які здійснюють вплив на соціально-економічний розвиток країни. Найбільш вагомими проблемами щодо сплати податку на доходи фізичних осіб в Україні є: не досить повна база оподаткування; негнучкість національної системи оподаткування ПДФО та її низька ефективність; система оподаткування не враховує досвід інших країн.

В Україні саме подальше удосконалення механізмів адміністрування податку на доходи фізичних осіб може підсилити його роль в формуванні бюджетної системи[3].

З метою формування ефективної системи оподаткування доходів громадян в Україні необхідно:

1. Перейти на прогресивне оподаткування доходів громадян: прогресія повинна врахувати реальний діапазон доходів громадян.
2. Розширити діапазон доходів громадян, до яких застосовується податкова соціальна пільга.
3. Спростити викладення законодавчих актів, які визначають механізм оподаткування, процедуру формування податкової звітності, що позитивно вплине на діяльність державних фіскальних органів.
4. Впровадити класифікацію доходів фізичних осіб за джерелами походження. Здійснити формування загального оподаткованого доходу, до якого застосовується шкала прогресивних ставок.
5. Підвищити рівень податкової культури та податкової дисципліни платників податків.
6. Впровадити засоби з підвищення ефективності податкового контролю для подолання зловживань, ухилення від сплати податків.

Отже, із впевненістю можна стверджувати, що оподаткування доходів населення в Україні має базуватися на використанні передового зарубіжного досвіду, а не зводитися до копіювання моделі оподаткування інших країн. Необхідно поступово знижувати податкове навантаження на доходи фізичних осіб, використовуючи міжнародний досвід та адаптуючи його до специфіки та умов розвитку економіки країни, що дозволить Україні стати серйозним суб'єктом податкової конкуренції у світовому просторі. Звичайно, держави з високим рівнем розвитку економіки при оподаткуванні доходів громадян вирішують завдання, які не є ключовими для українського суспільства. Це пов'язано з тим, що рівень розвитку вітчизняної економіки значно нижчий від розвинених країн, проте, спираючись на їх досвід, можна вмонтувати певні світові здобутки в українську систему оподаткування.

Список використаних джерел:

1. Податковий кодекс України [Електронний ресурс]: Закон України від 02.12.2010 р. – Режим доступу: <http://zakon2.rada.gov.ua>.
2. Державна фіскальна служба України. Офіційний веб-портал. –Режим доступу: <http://sfs.gov.ua/>
3. Фіскальні та соціальні ефекти реформування податку на доходи фізичних осіб в Україні // Офіс з фінансового та економічного аналізу у Верховній Раді України, 2017 [Електронний ресурс]. – Режим доступу: https://feao.org.ua/wp-content/uploads/2017/07/2017Fiskalni_ta_sots_efekty-Personal-income-tax.pdf.
4. Гречко А.В. Перспективи реформування податкової системи України в умовах євроінтеграції Київ: Економіка та управління національним господарством, 2018. № 3. – С. 65–69.
5. Кривцов О.О. Зарубіжний досвід оподаткування доходів фізичних осіб. Київ: Податкова політика, 2017. № 3(52). – С.18–19.
6. Непочатенко О.О. Оновлений механізм справляння податку на доходи фізичних осіб: проблеми та перспективи. Одеса: Економіка. Управління. Інновації. – 2017. – С. 23–25.
7. Сухорукова М.О. Фіскальна політика в умовах глобальної інституалізації: україна та досвід зарубіжних країн Київ: Юнікор, 2016. №7/1(24). – С. 54–57.
8. Толочко В.М. Огляд механізму стягування податків в Україні та деяких країнах світу. [Електронний ресурс]. –Режим доступу: <http://modern-pharmacy.com.ua/oglyad-mehanizmu-styaguvannya-podatkov-v-ukrayini-ta-deyakih-krayinah-svitu>.

ОСОБЛИВОСТІ ФОРМУВАННЯ МІСЦЕВИХ БЮДЖЕТІВ УКРАЇНИ В УМОВАХ ДЕЦЕНТРАЛІЗАЦІЇ

**БАТІЄВСЬКА О., 1 курс (ОС «бакалавр») ФОФЕД ЧТЕІ КНТЕУ
спеціальність «Фінанси, банківська справа та страхування»,
спеціалізація «Державні фінанси»
наук. кер. Юрій С.М.**

В статті досліджуються основні складові місцевих бюджетів України, впровадження бюджетної децентралізації, стан формування і використання коштів місцевих бюджетів України. Встановлено джерела доходів місцевих бюджетів та доходів, які формують бюджет територіальної громади. В статті проаналізовано формування і використання коштів місцевих бюджетів України. Визначено актуальні тенденції децентралізації в Україні та недоліки системи формування місцевих бюджетів.

The article investigates the main components of local budgets, the state of formation and using of local budgets of Ukraine are explored, context of decentralization, the prospects of the formation and using of local budgets in Ukraine are determined. Established the sources of income of local budgets and incomes, which form the budget of the territorial community. The article analyzes the formation of and use of funds of local budgets of Ukraine. Detected topical trends of decentralization in Ukraine and shortcomings of the system of formation of local budgets.

Актуальність теми полягає в тому, що однією з головних умов успішного існування економічних відносин в країні є досягнення повноцінного функціонування місцевих бюджетів. Розвиток місцевих фінансів виступає дієвим інструментом впливу на темпи соціально-економічного розвитку суспільства як загалом, так і окремих адміністративно-територіальних одиниць. За допомогою місцевих бюджетів відбувається реалізація державних і регіональних програм, формується та розвивається інфраструктура регіону, саме тому важливим є проведення досліджень децентралізаційних процесів.

Мета статті полягає у визначенні актуальних тенденцій реформування місцевого самоврядування й децентралізації влади в Україні.

Об'єктом дослідження є процес формування і використання коштів місцевих бюджетів України.

Предметом дослідження є економічні відносини та інструменти реалізації основних напрямів державної, регіональної та місцевої політики.

Дослідженням основних аспектів місцевих бюджетів, розвитку й реформування місцевого самоврядування та децентралізації влади в Україні присвячено праці таких науковців М. Баймуратова, О. Батанова, В. Борденюка, В. Вакуленка, П. Ворони, В. Кравченка, О. Лазора, В. Мамонової, Р. Плюща, С. Саханенка, Ю. Шарова та ін. Проте в цілому проблема реформування місцевого самоврядування залишається недостатньо дослідженою.

Місцеві бюджети, відіграють ключову роль у системі фінансових ресурсів органів місцевого самоврядування, є також інструментом забезпечення відповідного соціально-економічного розвитку регіоні, рівня життя населення та якісного надання суспільних послуг. Місцеві бюджети – це фінансові ресурси органів місцевого самоврядування, за допомогою яких вони виконують власні та делеговані повноваження. Дохідну частину надходжень місцевих бюджетів, відповідно до ст. 9 Бюджетного кодексу України [1], складають податкові та неподаткові надходження, доходи від операцій з капіталом, офіційні трансферти. Розглядаючи механізм формування місцевих бюджетів, можна відзначити значну питому вагу місцевих бюджетів у складі зведеного бюджету України у відсотках ВВП.

В той же час найбільшу питому вагу у загальному обсязі надходжень до місцевих бюджетів займають податкові надходження, а саме кошти від податку на доходи фізичних осіб. Податок на додану вартість також значно впливає на наповнення бюджетів. Але його чимала частина автоматично перераховується до Державного бюджету України, що не сприяє розвитку підприємництва на місцях. Таким чином, українські місцеві бюджети, на відміну від інших країн, більш ніж наполовину наповнюються за рахунок державних субвенцій та дотацій[2].

Необхідність впровадження суттєвих змін у напрямі децентралізації повноважень влади викликана низкою виявлених проблем функціонування органів місцевого самоврядування. Найбільш суттєвими з них є такі:

- 1) значна частина податкових надходжень від діяльності місцевих суб'єктів господарювання спрямовується до Державного бюджету України;
- 2) державні трансферти переважають у структурі місцевих бюджетів;
- 3) недостатня зацікавленість місцевих органів влади в максимальній мобілізації місцевих податків та зборів.

Численні спроби здійснити децентралізацію влади в Україні обговорювалися протягом багатьох років, проте практична реалізація процесу об'єднання територіальних громад розпочалась в середині 2015 року.

Впровадження реформи децентралізації, яка ґрунтується на базі «Стратегії-2020» президента України, «Концепції реформи місцевого самоврядування» та Закону України «Про добровільне об'єднання територіальних громад», інших законодавчих актів, передбачає досягнення оптимального розподілу повноважень між органами місцевого самоврядування та органами виконавчої влади на різних рівнях адміністративно-територіального устрою за принципами субсидіарності та децентралізації при стабільних джерел доходів для їх реалізації, раціональне використання накопиченого потенціалу і як наслідок досягнення фінансової спроможності регіонів [9].

Бюджетна децентралізація – це перенесення надходження доходів або здійснення витрат грошових коштів на більш низький рівень уряду при збереженні фінансової відповідальності [7, с.87].

Уряд з 2015 року розпочав реформу децентралізації в межах чинної Конституції, - сформований і введений основний пакет нового законодавства, впроваджено першочергові законодавчі ініціативи. Мова йде про:

- 1) Закони про внесення змін до Бюджетного та Податкового кодексів України. Завдяки цим змінам відбулася фінансова децентралізація.
- 2) Закон України «Про добровільне об'єднання територіальних громад». Завдяки цьому почалось

формування спроможного базового рівня місцевого самоврядування. З 2015 по 2018 роки в Україні вже створено значну кількість об'єднаних територіальних громад (ОТГ).

3) Закон України «Про співробітництво територіальних громад». Створив напрями та механізми вирішення спільних проблем громад: розвиток спільної інфраструктури тощо.

Перші результати бюджетної децентралізації наступні: на місцевому рівні сільські ради можуть забезпечити себе самостійно. Але це не повинно стати причиною відмови від об'єднання територіальних громад. Оскільки об'єднані громади, бюджети яких будуть прирівняні до бюджетів міст обласного значення і районів, крім зазначених податків одержують ще й 60% податку з доходів фізичних осіб та інші доходи. Крім того, це дозволяє оптимізувати видатки на утримання апарату управління, а головне – значно покращує якість надання адміністративних та соціальних послуг населенню [5, с.12].

Кількість функціонуючих об'єднаних територіальних громад в Україні наведено на рисунку 1.

Головною умовою децентралізації є чіткий розподіл компетенції між органами центральної влади та органами регіонального та місцевого самоврядування. Потрібно укріплювати спроможність органів місцевого самоврядування щодо самостійного встановлення ефективного переліку місцевих податків і зборів та їх ставок в мірі та адекватності виконуваних ними функцій. Процес децентралізації розширює можливості розвитку об'єднаних територіальних громад та їх економічну самостійність. Децентралізація, і як наслідок посилення фінансової спроможності бюджетів об'єднаних територіальних громад, забезпечують можливість їх сталого розвитку.

Окрім цього, важливою умовою вирішення проблеми зміцнення дохідної бази місцевих бюджетів є розширення прав органів місцевого самоврядування у сфері встановлення податків і зборів, а також створення багатоканальної системи формування бюджету, на основі якої кожен рівень бюджетної системи повинен мати власні закріплені доходи.

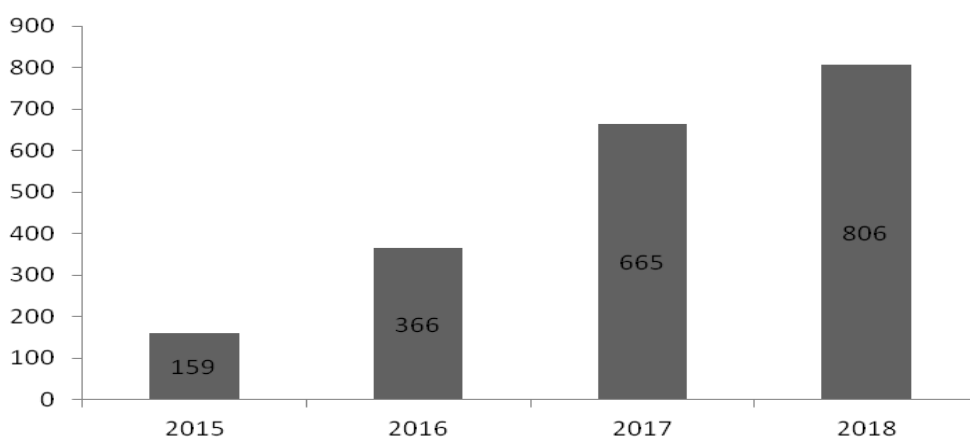


Рис. 1. Кількість функціонуючих ОТГ в Україні за 2015-2018 рр.

Обсяг цих доходів має бути достатнім для забезпечення функцій і обов'язків, які покладаються на той чи інший рівень влади [3].

На сучасному етапі для України були і залишаються пріоритетом подальша демократизація суспільства, децентралізація влади на засадах субсидіарності. Наразі держава активно збільшує підтримку органів місцевого самоврядування та місцевих бюджетів для реалізації інвестиційних програм і проектів місцевого та регіонального розвитку. Особлива увага приділяється питанням розробки основних напрямів розвитку об'єднаних територіальних громад у середньо- та довгостроковій перспективі. Саме це, дозволяє врахувати стан, специфіку кожної територіальної громади, вивчити та адаптувати світовий досвід, спрямувати дії всіх учасників бюджетного процесу на досягнення поставлених цілей.

Дані про стан місцевих бюджетів свідчать про позитивну динаміку впровадження фінансової децентралізації, при цьому покращення фінансового забезпечення об'єднаних територіальних громад випереджає загальну динаміку місцевих бюджетів базового рівня. За 2016 рік до загального фонду місцевих бюджетів (без урахування трансфертів) надійшло 146,6 млрд грн, що складає 116,3 % від річного обсягу надходжень, затвердженого місцевими радами [6, с. 160]. Наведені дані, проведені дослідження дозволяють констатувати динамічний процес формування об'єднаних територіальних громад в Україні, зроблені суттєві кроки щодо удосконалення законодавчо-нормативного забезпечення розвитку ОТГ [8, с. 2].

Водночас, існує низка невирішених проблем, як стратегічного, так і оперативного характеру, що формують ризики для успішної подальшої реалізації реформи. Продовження введення політики децентралізації управління має стати дієвим фактором стабілізації соціально-економічної ситуації, подолання суперечностей між рівнями влади, сприяти підвищенню ефективності використання бюджетних коштів. Головною метою децентралізації на середньострокову перспективу є формування спроможних територіальних громад на всій території країни, запровадженні стратегічного планування розвитку ОТГ, розбудові інфраструктури, підвищенні якості надання всього спектру публічних послуг населенню [4, с. 142].

Для вирішення проблем та забезпечення успішної реалізації децентралізаційного процесу необхідно:

1) доопрацювати і внести зміни до перспективних планів формування територій громад для кожного регіону та встановити терміни доопрацювання таких планів та відповідальність обласних державних адміністрацій;

2) законодавчо остаточно врегулювати питання виконання районними радами визначених законом повноважень в районах, територія яких повністю або частково охоплена створеними об'єднаними

територіальними громадами;

3) створити норми оптимізації структури та чисельності працівників районних державних адміністрацій в районах, територія яких повністю або частково охоплена створеними об'єднаними територіальними громадами;

4) опрацювати питання удосконалення механізму державної фінансової підтримки об'єднання територіальних громад та забезпечення стабільних джерел такої підтримки.

Важливим напрямом зміцнення фінансової спроможності органів місцевого самоврядування є проведення бюджетної децентралізації, тобто закріплення повноважень місцевого самоврядування та пошук достатніх обсягів фінансових ресурсів, які б в повній мірі забезпечили фінансову незалежність місцевих бюджетів України. Без належної фінансової бази буде складно домогтися структурних зрушень в системі державного управління. Фінансова база місцевих бюджетів повинна відповідати умовам належного виконання повноважень органів місцевої влади щодо здійснення ними всіх завдань і програм розвитку. Позитивною тенденцією, вважаю є те, що бюджетна децентралізація демонструє чіткий тренд нарощування фінансової бази місцевих бюджетів і створює передумови для успішного розвитку. Одним із напрямів підвищення фінансової незалежності органів місцевого самоврядування в умовах проведення бюджетної децентралізації є необхідність дотримання політики регіонального розвитку, яка б сприяла підвищенню інвестиційної привабливості регіонів, активізації їх економічного потенціалу та підвищення рівня соціально-економічного розвитку країни загалом.

Список використаних джерел:

1. Бюджетний кодекс України від 8 липня 2010 р. № 2456-VI [Електронний ресурс]. – Режим доступу : <http://zakon2.rada.gov.ua/laws/show/2456-17/ed20120605> (зі змінами та доповненнями).
2. Державний бюджет 2018 року та децентралізація: експертний аналіз. Київ, 2018. [Електронний ресурс]. – Режим доступу : <http://decentralization.gov.ua/news/7960>.
3. Лінтур І. В. Можливості оптимізації формування доходів місцевих бюджетів в умовах децентралізації / І. В. Лінтур. – 2016. – Вип. 2. – С. 15-19.
4. Міронова Л. О. Фінансовий потенціал регіону: теоретичний аспект / Л. О. Міронова, О. В. Моїсеєнко // Вісник ДДФА. – 2013. – № 5. – С. 142-146.
5. Набатова Ю. О. Формування місцевих бюджетів в умовах децентралізації фінансових ресурсів / Ю. О. Набатова // Ефективна економіка. – 2017. – № 3. – С. 12-16.
6. Наталенко Н. В. Фінанси та бюджет об'єднаної громади / Н. В. Наталенко // Легальний статус. – 2016. – С. 160-165.
7. Серьогін С. С. Реформування місцевих фінансів в умовах євроінтеграції / С. С. Серьогін // Аспекти публічного управління. – 2016. Вип.30-31. – С. 87-93.
8. Татарин Н. Б. Місцеві бюджети як фінансова база місцевого самоврядування / Н. Б. Татарин, В. В. Войтович // Науковий вісник Ужгородського національного університету. – 2017. – Вип. 11. – С. 2-7.
9. Фурдичко Л. Є. Децентралізація: фінансова незалежність місцевих бюджетів України / Л. Є. Фурдичко [Електронний ресурс]. – Режим доступу: [ird.gov.ua/sep/.../sep20155\(115\)_039_FurdychkoLYe.pdf](http://ird.gov.ua/sep/.../sep20155(115)_039_FurdychkoLYe.pdf).

ЕКОНОМІЧНІ НАСЛІДКИ ДЕРЖАВНОГО БОРГУ УКРАЇНИ БОЙЧУК І., 4 курс (ОС «бакалавр») ФОФЕД ЧТЕІ КНТЕУ спеціальність «Фінанси, банківська справа і страхування», спеціалізація «Державні фінанси» наук. кер. Юрій С.М.

Стаття присвячена розкриттю сутності державного боргу України. Проведено аналіз державного та гарантованого державного боргу за 2015-2018 роки. Визначено проблемні питання та шляхи оптимізації покращення стану економіки України.

The article is devoted to the disclosure of the essence of the state debt of Ukraine. The analysis of state and guaranteed state debt for the years 2015-2018 has been carried out. The problem issues and ways of optimizing the improvement of the economy of Ukraine are determined.

В останні роки виявлення проблем управління та обслуговування державного боргу є надзвичайно актуальним, тому що безпосередньо розмір державного боргу та методи його погашення позначаються на всіх складових економічної системи держави. Досить часто фінансове становище нашої держави характеризується не з найкращої сторони, на що впливають кризові ситуації, інфляційні процеси, нестабільність валютного ринку, значний обсяг державного боргу та переважання видатків бюджету над доходами у розрізі витрат саме на погашення та обслуговування державного боргу. Саме тому для покращення фінансової ситуації та добробуту в країні, досягнення оптимальних темпів економічного зростання необхідно впроваджувати ефективне управління та обслуговування державного боргу, що є головною умовою стабільності фінансової системи держави та розвитку економіки [2, с.19].

Вирішення проблеми обслуговування державного боргу є одним із ключових факторів економічної стабільності в країні. Від характеру врегулювання боргової проблеми значною мірою залежить бюджетна дієздатність держави, стабільність її національної валюти, а отже – фінансова підтримка міжнародних фінансових організацій. Необхідність вирішення цих питань потребує пошуку шляхів удосконалення механізму управління та обслуговування державного боргу в Україні.

Факт існування державного боргу, його величина, розподіл, методи і засоби погашення впливають майже на всі аспекти економічного розвитку країни. Отже, державний борг не просто засіб залучення коштів для фінансування державних потреб, а й важливий інструмент фінансової політики держави, неефективне використання якого, в якісному і кількісному контексті, створюватиме умови для порушення стабільного функціонування економіки [6].

Мета даного дослідження полягає у визначенні сутності державного боргу та способів управління ним, проведенні аналізу стану та управління державним боргом України, з'ясування проблем та перспектив покращення стану економіки України в період сьогодення.

Важливий внесок у дослідження проблеми державного боргу зробили західні економісти: Д. Рікардо, А.

Сміт, М. Браунриг, С. Вайнтрауб, Х. Джонсон, О. Екстайн, Дж. Кейнс, А. Лаффер, А. Лернер, Р. Масгрейв, М. Фрідман та інші. Серед російських вчених варто відмітити праці: М. Б. Богачевського, Б. Г. Болдирева, Л. О. Дробозіної, Л. М. Красавіної, І. М. Осадчої, Ю. М. Осипова, Г. П. Солюса, В. М. Усоскіна та інших. Теоретичні основи державного боргу та питання щодо його управління висвітлюються в працях таких українських вчених, як: О. Д. Василик, А. С. Гальчинський, Г. Н. Климко, В. В. Корнєєв, О. В. Плотніков, І. Я. Софіщенко, В. М. Суторміна, В. О. Степаненко, та інших [2, с. 16].

Згідно з чинним законодавством України, державний борг визначається як загальна сума боргових зобов'язань держави з повернення отриманих та непогашених кредитів (позик) станом на звітну дату, що виникають унаслідок державного запозичення. Тобто державний борг є абсолютне й безумовне зобов'язання держави, і держава несе повну відповідальність за виконання умов випуску державних боргових цінних паперів чи укладених кредитних договорів. До характерних особливостей державного боргу відносять:

- в основі змісту державного боргу лежать кредитно-фінансові відносини з приводу залучення державою додаткових фінансових ресурсів, тобто здійснення запозичень;
- позичальником і боржником у цих відносинах є держава;
- формою державних запозичень є державні цінні папери;
- позичкові ресурси — це тимчасово вільні кошти юридичних та фізичних осіб, іноземних держав, міжнародних організацій тощо [3, с. 445].

Державний борг виникає через брак у держави коштів, необхідних для виконання її функцій, серед яких регулювання економіки, проведення соціальної політики, забезпечення обороноздатності країни, утримання пенітенціарної системи, міжнародної діяльності. Тому держава змушена мобілізувати додаткові фінансові ресурси для покриття своїх видатків, необхідних для забезпечення її діяльності і виконання функцій. Основними причинами виникнення та зростання державного боргу в Україні є дефіцит державного бюджету та постійний дефіцит платіжного балансу країни, тому що, державні запозичення проводяться з метою покриття того самого бюджетного дефіциту на державному і регіональному рівнях [1, с. 83].

Ефективне управління державним боргом як у розвинених, так і в економіках, що розвиваються, здійснюється в загальному руслі економічної політики уряду. В процесі управління державним боргом враховується економічна і політична ситуація в країні, рівень інфляції, ділова активність, інвестиційний клімат, стан фінансово-економічної безпеки країни, з урахуванням кон'юнктури зовнішніх ринків, розвиток інноваційного середовища та ін.

У процесі управління державним боргом вирішуються такі завдання [6]:

1) пошук ефективних умов запозичення коштів, виходячи з критерію мінімізації вартості розміщення і обслуговування. Це є стратегічним завданням, яке узгоджується не лише з економією бюджетних коштів, а й із стимулюванням інвестиційної активності, пожвавленням економіки країни та підвищенням рівня добробуту населення;

2) недопущення неефективного і нецільового використання позикових коштів. В Україні нові запозичення переважно спрямовують на фінансування поточних витрат бюджету, враховуючи і обслуговування існуючого боргу;

3) забезпечення своєчасної та повної сплати суми основного боргу і нарахованих відсотків;

4) визначення оптимального співвідношення між внутрішніми і зовнішніми запозиченнями за умови збереження фінансової рівноваги в країні;

5) забезпечення стабільності валютного курсу і фондового ринку країни.

Дослідження стану державного боргу в Україні засвідчує існування цілої низки проблем, що негативно впливають на розвиток нашої країни. Серед них можна назвати такі:

1. Швидке зростання обсягів державного боргу як за абсолютною величиною, так і відносно ВВП країни.

2. Неоптимальна структура боргу з переважанням зовнішньої заборгованості в структурі державного боргу та значним розміром гарантованого державою боргу [6].

Варто зазначити, що боргова політика країни давно вже не зводиться лише до пошуку та залучення коштів, яких бракує. Державний борг є одним із важливих інструментів макроекономічної та фінансової політики держави. Особливого розгляду заслуговує питання соціально-економічних наслідків державного боргу. Зокрема, науково обґрунтовано, що внутрішній борг, як правило, є більш вигідним і менш небезпечним, ніж зовнішній. Оскільки сплата відсотків за внутрішнім боргом залишається в межах своєї країни то, в умовах помірних відсоткових ставок він не є тягарем для майбутніх поколінь.

Можна вважати, що населення різних вікових груп позичає один в одного грошові ресурси. У результаті рівень споживання в країні не зменшується, а відбувається лише перерозподіл доходу. Дещо іншої оцінки заслуговують зовнішні позики, які в поточному періоді хоча і збільшують фінансовий потенціал країни-позичальника, у довгостроковій перспективі призводять до прямого зменшення національного доходу боржника та фінансової залежності від інших держав. Варто також зауважити, що, як правило, зовнішні позики надаються за умови виконання певних вимог, які негативно позначаються на національній безпеці країни [10].

Формування державного боргу України почалося з моменту здобуття нею незалежності. Сукупний державний борг включає в себе державний та гарантований державою борг. Відмінність державного та гарантованого державою боргу полягає в тому, що гарантований державою борг надається не безпосередньо для держави, а для підприємств-резидентів під державні гарантії. Якщо проаналізувати динаміку державного та гарантованого державою боргу, можна побачити, що з 2015 по 2018 р. відбувалося помітне зростання боргу в Україні (табл.1) [9].

Державний та гарантований державою борг України за 2015-2018 рр., млн грн

Дата	Загальний борг	Зовнішній борг	Внутрішній борг
на 31.12.2015	1 572 180,2	1 042 719,6	529 460,6
на 31.12.2016	1 929 758,7	1 240 028,7	689 730,0
на 31.12.2017	2 141 674,4	1 374 995,5	766 678,9
на 31.12.2018	2 168 627,1	1 397 217,8	771 409,3

Така ситуація щодо державного боргу України протягом 2015-2018 років є неприйнятною, тому у процесі управління державним боргом необхідно забезпечити [8]:

- пошук ефективних умов запозичення коштів з точки зору мінімізації вартості боргу;
- забезпечення своєчасної та повної сплати суми основного боргу та нарахованих відсотків;
- визначення оптимального співвідношення між внутрішніми та зовнішніми запозиченнями за умови збереження фінансової рівноваги в країні;
- забезпечення стабільності валютного курсу та фондового ринку країни.

Державний борг вимірюється не лише в грошових одиницях, а й у відсотках до ВВП. Граничний обсяг валового державного боргу визначається за ст. 18 Бюджетного кодексу України. Величина основної суми державного боргу не повинна перевищувати 60% фактичного річного обсягу валового внутрішнього продукту України. Згідно з дослідженнями вітчизняних та іноземних учених-аналітиків, економічно безпечний рівень державного і гарантованого державою боргу для України нині становить близько 35% від ВВП [7]. Зазначимо, що за підсумками 2018 року державний борг складав 62,7% від ВВП України.

Державний борг прямо чи опосередковано впливає майже на всі процеси соціально-економічного життя держави: економічне зростання та розподіл доходів; бюджетний дефіцит і розмір грошової маси в обігу (що тісно пов'язано з темпами інфляції); динаміку сукупного попиту та пропозиції; рівень споживання і нагромадження; кредитний рейтинг країни.

Хоча держава у процесі проведення реформ не повинна категорично відмовлятися від запозичення коштів, однак при цьому варто пам'ятати, що, як і будь-який економічний інструмент, позика може здійснювати як позитивний, так і негативний вплив на національну економіку [4, с. 193]. З одного боку, залучення додаткових ресурсів збільшує фінансовий потенціал країни, а з іншого, поруч з надмірними державними витратами, незбалансованістю бюджету, неефективною податковою системою, помилками у валютній політиці, зростання боргу може спровокувати фінансові кризи, обмежити інвестиційну активність у країні.

Таким чином, державний борг може виступати і як засіб забезпечення стабільності в країні, і, навпаки, як фактор посилення загроз і ризиків. Лише застосування ефективної стратегії управління державним боргом в Україні сприятиме раціональному використанню запозичень і створить необхідні умови для оптимізації боргового навантаження на бюджет. Головним у цьому контексті має стати мінімізація державного боргу, досягнення оптимального співвідношення між внутрішніми та зовнішніми джерелами фінансування потреб соціально-економічного розвитку країни, що передбачає збільшення власних фінансових ресурсів та поліпшення інвестиційного клімату. Не послаблюючи уваги до залучення зовнішніх ресурсів, уряд має забезпечити пріоритетність інвестиційних джерел перед кредитними [5, с. 16].

В Україні невирішеним є питання розкриття інформації щодо заборгованості країни. Існує проблема контролю використання державних коштів та персональної відповідальності посадовців. Ці чинники спричиняють і подальшому проблеми як економічної кризи, так і зневіри та розчарування населення до уряду.

Отже, уряд має сформувати ефективну систему управління боргом, яка забезпечила б при цьому фінансову стабільність. Ефективне управління борговими операціями уряду та дотримання економічно безпечних розмірів боргового навантаження створюватимуть підґрунтя для зміцнення фінансової системи України, забезпечення платоспроможності держави у довгостроковому періоді та посилення стимулюючого впливу держави на соціально-економічний розвиток країни. Важливими заходами удосконалення боргової політики є розробка середньострокової боргової стратегії, використання запозичень для цілей розвитку, діагностика структури боргу, орієнтація на внутрішній ринок та стимулювання ділової активності тощо. Важливим є формування цілісної системи законодавчого забезпечення регулювання витрат з обслуговування та погашення боргу, значна увага має бути приділена розвитку й постійному вдосконаленню питання управління ризиками, здатністю держави виконувати свої боргові зобов'язання.

Список використаних джерел:

1. Асадчий Г. В. Структура та динаміка державного боргу України / Г. В. Асадчий // Формування ринкових відносин в Україні. – 2016. – № 2. – С. 59-65.
2. Вахненко Т. П. Особливості формування державного боргу та управління його складовими в період фінансової кризи / Т. П. Вахненко // Фінанси України. – 2015. – № 6. – С. 14-28.
3. Заверуха І. Б. Проблеми правового регулювання державного боргу України : дис. доктора юрид. наук : 12.00.17 / Заверуха Ірина Богданівна. – Л.: 2017. – 445 с.
4. Лисяк Л. В. Боргова політика України в умовах реформування системи публічних фінансів / Л. В. Лисяк // Економічний вісник університету: 36. наук. праць. – 2015. – Вип. 27/1 – С.189-195.
5. Юрій С. І. Управління зростанням на основі боргу і Україна / С. І. Юрій // Журнал європейської економіки. – 2017. – № 1. – С. 6-28.
6. Дорошенко Г. О. Пріоритетні напрямки удосконалення політики управління державним боргом / Г. О. Дорошенко // [Електронний ресурс]. – Режим доступу : <http://C:/Users/user/Desktop/6262-12790-1-SM.pdf>.
7. Лондар Л. П. Оцінка стану державного боргу та ключові напрями підвищення рівня боргової безпеки України / Л. П. Лондар // Серія «Економіка». – № 69 [Електронний ресурс]. – Режим доступу: http://www.niss.gov.ua/content/articles/files/derzhavniy_borg-cc2fd.pdf.
8. Макар О. П. Світовий досвід управління державним боргом та перспективи його застосування в Україні / О. П. Макар, Г. Я. Льницька, І. С. Дулін // [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://www.economy.nayka.com.ua/?op=1&z=2435>.

КОНТРОЛЬ ОПЕРАЦІЙ З ДЕРЖАВНИМИ ЦІННИМИ ПАПЕРАМИ В БАНКІВСЬКІЙ СИСТЕМІ

**ГИРШКАН Р., 4 курс (ОС «бакалавр») ФОФЕД ЧТЕІ КНТЕУ
спеціальність «Фінанси, банківська справа та страхування»,
спеціалізація «Банківська справа»**

наук. кер. Ковалевич Д. А.

У статті досліджено особливості контролю операцій з державними цінними паперами в банківській системі. Розглянуто зовнішній нагляд та внутрішній аудит операцій з державними цінними паперами в банківській системі.

The article examines the features of the control of operations with government securities in the banking system. Considered external supervision and internal audit of operations with government securities in the banking system.

Актуальність даної теми полягає в тому, що востанні десятиріччя процеси глобалізації та інтернаціоналізації світової економіки набули нового значення. Банківські послуги стають все більш поширенішими, а це потребує від банків йти в ногу з часом, тим більше, що вони мають реальні можливості для нововведень. Перед Україною стоїть завдання інтеграції до світової економіки, тому дуже важливим є створення нових зв'язків і відносин, які повинні супроводжуватися високим рівнем ведення банківської справи та відповідністю української банківської системи світовим стандартам.

В більшості країн банки на ринку цінних паперів відіграють ключову роль. Саме тому питання розвитку банківських операцій з цінними паперами викликає значний інтерес. Особливий інтерес викликає діяльність банків на ринку цінних паперів за складної економічної ситуації. Банківська система опинилась фактично в епіцентрі економічної кризи.

Метою статті є обґрунтування особливостей контролю операцій з державними цінними паперами в банківській установі в сучасних економічних умовах.

Об'єктом дослідження є процес контролю операцій з державними цінними паперами в банківській установі.

Предметом дослідження є економічні відносини, які виникають в процесі здійснення операцій з державними цінними паперами в банківській установі.

Теоретико-методологічні основи аудиту в банках досліджували зарубіжні та вітчизняні вчені та науковці, а саме: С.В. Бардаш, М.Т. Белуха, Ф. Ф. Бутинець, В.В. Бурцев, С.М. Бичкова, А.М. Герасимович, Л. М. Кіндрацька, О.І. Кіреєва, М.Д. Корінько, Н.М. Малюга, В.В. Немченко, В.П. Пантелеєв, О.Ю. Редько, О.М. Сарахман, О.І. Скаско, Л.А. Сухарева, та інші.

Актуальність вищезазначених питань та недостатній рівень опрацювання методологічних, методичних і практичних проблем контролю операцій банків з державними цінними паперами визначили вибір теми та цільове спрямування даного дослідження.

Аналізуючи практику організації системи банківського нагляду, можна визначити таку його структурну особливість як розподіл функцій між двома інстанціями. Загальна схема розподілу функцій має такий вигляд:

- 1) нормативна база здебільшого розробляється у Міністерстві фінансів;
- 2) контроль здійснюється або безпосередньо центральним банком (як це практикується у Великобританії, Голландії, Люксембурзі, Ірландії, Італії, Португалії, Греції), або незалежним органом (Німеччина, Швеція, Норвегія, Фінляндія);
- 3) ліцензія видається або органами, що розробляють нормативну базу (Фінляндія, Норвегія, Іспанія), або контролюючими органами (Німеччина, Бельгія, Греція, Італія, Голландія, Португалія).

Україна, організовуючи власну систему банківського нагляду, пішла традиційним для європейських країн шляхом, обмежуючи його проведення компетенцією центрального банку і не створюючи окремих спеціалізованих органів для здійснення банківського регулювання та нагляду. Зміст нагляду первісно визначався повноваженнями Національного банку України, встановленими Законом України «Про банки і банківську діяльність» [2], в якому закріплювалося, що НБУ координує діяльність банківської системи в цілому та здійснює контроль за дотриманням юридичними особами банківського законодавства і власних нормативних актів.

В проекті Закону «Про Національний банк України» зазначалося: «Банк України здійснює функції банківського регулювання і нагляду за діяльністю банків, а також інших кредитних установ. Банк України здійснює постійний нагляд за додержанням банками та іншими кредитними установами банківського законодавства, нормативних актів Банку України і економічних нормативів. Головна мета банківського регулювання і нагляду - безпека та фінансова стабільність банківської системи, захист інтересів вкладників і кредиторів» (ст. 59 законопроекту).

В прийнятому в 1999 р. Законі «Про Національний банк України» [3] формулювання було дещо змінено. В ст. 55 Закону закріплено положення, згідно з яким головною метою банківського регулювання і нагляду було визначено безпеку та фінансову стабільність банківської системи, захист інтересів вкладників і кредиторів. Національний банк здійснює функції банківського регулювання і нагляду за діяльністю банків та банківських груп у межах та порядку, передбачених законодавством України. Національний банк здійснює постійний нагляд за дотриманням банками, їх підрозділами, афілійованими та спорідненими особами банків на території України та за кордоном, банківськими групами, представництвами та філіями іноземних банків в Україні, а також іншими юридичними та фізичними особами банківського законодавства, нормативно-правових актів Національного банку і економічних нормативів.

Компетенція центробанку в галузі банківського нагляду отримала подальший розвиток у новій редакції Закону «Про банки і банківську діяльність» [2]. Крім того, слід згадати норми Закону «Про фінансові послуги та державне регулювання ринків фінансових послуг» [4], яким встановлено повноваження органів у сфері державного регулювання фінансових ринків.

Розподіл повноважень був здійснений у такий спосіб:

- щодо ринку банківських послуг – Національним банком України;
- щодо ринків цінних паперів та похідних цінних паперів – Національною комісією з цінних паперів та фондового ринку;
- щодо інших ринків фінансових послуг – спеціально уповноваженим органом виконавчої влади у сфері регулювання ринків фінансових послуг.

Отже, порівняно із пропонованою редакцією законопроекту про центробанк НБУ отримав обмежену сферу застосування своїх регулятивних та наглядових повноважень, що з позицій представників центробанку є позитивним явищем, оскільки дозволяє підвищити якісні вимоги до здійснюваних заходів.

В Україні запроваджена змішана форма банківського нагляду, яка передбачає зосередження функцій нагляду в рамках центрального банку у тісній взаємодії з органами внутрішнього та зовнішнього аудиту. При здійсненні банківського нагляду Національний банк України може користуватися послугами інших установ за окремими угодами. Як і в країнах континентальної Європи, в Україні здійснення банківського нагляду відбувається із застосуванням дистанційного контролю та інспектування на місцях.

У сфері банківської діяльності точиться постійна конкурентна боротьба не стільки і не лише за кількість клієнтів, а й за подальше нарощування видів і обсягів послуг для задоволення попиту користувачів цих послуг. У конкурентній боротьбі важливим засобом є внутрішній аудит, який допомагає утриматися на ринку.

Внутрішній аудит організаційно представлений як структурний підрозділ банку і підпорядковується керівникові банку. Для організації і проведення внутрішнього аудиту у банківській установі розробляються методичні вказівки, щодо визначення процесу проведення контролю на даній ділянці роботи. Внутрішній аудит проводиться відповідно до затверджених річних планів. Керівник аудиту несе повну відповідальність за всю організацію і проведення перевірки.

Служба внутрішнього аудиту банківської установи створюється у вигляді самостійного структурного підрозділу комерційного банку, який організовується за рішенням вищого органу банку і підпорядковується безпосередньо Раді банку. Метою діяльності служби внутрішнього аудиту є експертна діагностика та оцінка дотримання економічної політики банку, у тому числі й облікової; оцінка функціонування внутрішнього технологічного контролю. Який здійснюється усіма структурними підрозділами банку; вивчення фінансової та операційної інформації, а також контроль за їх ризиками.

Головними функціями служби внутрішнього аудиту банківської установи є:

- зменшення ризиків у проведенні операцій, пов'язаних з раціональним та ефективним використанням ресурсів банку;
- надання рекомендацій структурним підрозділам банку у процесі планування, на стадії розроблення і впровадження нових продуктів, процесів, систем;
- проведення аудиту діяльності структурних підрозділів банку з метою забезпечення аналізу і оцінки внутрішнього контролю, політики, процедур банку, що стосуються адекватності, відповідності, ефективності та точності бухгалтерських даних і збереження активів банку;
- координація своєї діяльності з діями незалежних аудиторських фірм при проведенні зовнішнього аудиту банку з метою забезпечення оптимальних умов, за яких аудиторські фірми можуть з довірою покластися на висновки служби внутрішнього аудиту для уникнення дублювання зусиль;
- складання та надання висновків і звітів при проведенні перевірки.

На службу внутрішнього аудиту банківської установи покладаються такі завдання:

- сприяння адекватності системи внутрішнього контролю банку та операційних процедур;
- виконання банком вимог чинного законодавства України, нормативних актів Національного банку України, Статуту та внутрішніх положень банку, проведення банком розрахунково-касових, кредитних, депозитних, ощадних, валютних, фондових та інших операцій в обсязі наданих Національним банком України ліцензій;
- сприяння організації ведення бухгалтерського обліку;
- впровадження ефективної, достовірної та повної інформаційної системи управління для своєчасного виявлення та усунення недоліків і порушень у здійсненні банківських операцій;
- своєчасного виявлення порушень та недоліків в діяльності структурних підрозділів, опрацювання оптимальних рішень щодо їх ліквідації та усунення причин виникнення цих недоліків в процесі діяльності банку;
- перевірки і рекомендацій виконання вимог з ефективного управління ризиками банківської діяльності;
- налагодження і підтримання взаємодії з зовнішніми аудиторами, контролюючими органами та органами пруденційного нагляду;
- надання Раді банку, Правлінню банку висновків про результати проведеної роботи та рекомендацій щодо покращення існуючої системи внутрішнього контролю.

При виконанні розрахункової операції банк зобов'язаний перевірити достовірність та формальну відповідність документа.

Результати ідентифікації власника рахунку та особи, уповноваженої діяти від його імені, зберігаються банком протягом п'яти років після закриття рахунку.

Усі елементи внутрішнього аудиту обов'язково повинні мати документальне відображення у процедурах. Під процедурами внутрішнього аудиту розуміється деталізований опис проведення конкретної банківської операції. Будь-яка процедура внутрішнього аудиту складається з таких компонентів, як:

- 1) опис операції;
- 2) визначення відповідальності та підзвітності особи (підрозділу), що здійснює операцію;
- 3) розподіл обов'язків між виконавцями операції з метою розмежування контролю за обліковими записами та операціями за ними;
- 4) розподіл відповідальності працівників за ухвалення операції, її запис, контроль і зберігання активів;
- 5) схвалення операції;
- 6) обмеження доступу до активів, облікових записів та сховищ;
- 7) внутрішні перевірки та звірки до моменту виконання операції;
- 8) автоматизований контроль;
- 9) ротація персоналу.

Документування процесу внутрішнього контролю є надзвичайно важливою вимогою, адже наявність процедур внутрішнього контролю і аудиту — це одна з умов ефективності функціонування банківської установи. Але потрібно усвідомлювати, що внутрішній контроль і аудит можна вважати дієвим лише за умови застосування процедур внутрішнього контролю на практиці.

Серед функцій відділу внутрішнього аудиту банківської установи окремо можна виділити аудит операцій з державними цінними паперами. Завдання, які необхідно вирішити в процесі аудиту операцій з державними цінними паперами, наведені в табл. 1.

На нашу думку, об'єктом аудиту виступає не самі бланки цінних паперів, а операції з цінними паперами, що здійснюються банком. Тому безпосередніми об'єктами аудиту будуть виступати, окрім бланків цінних паперів, й інші об'єкти, що відображаються як на балансових, так і позабалансових рахунках.

Отже, об'єктом перевірки є такі види цінних паперів: акції, облігації внутрішніх і місцевих позик, облігації підприємств, векселі тощо та й інші об'єкти, що відображаються як на балансових, так і позабалансових рахунках.

Таблиця 1

Завдання аудиту операцій з державними цінними паперами

Завдання аудиту	Питання, що перевіряються
1. Перевірка стану обліку та контролю за наявністю цінних паперів	Правильність віднесення активів організації до складу цінних паперів Перевірка документального оформлення операцій Правильність оцінки цінних паперів Інвентаризація цінних паперів Відповідність показників бухгалтерської звітності даним синтетичного та аналітичного обліку
2. Перевірка повноти та правильності синтетичного обліку операцій з руху цінних паперів в бухгалтерському обліку	Відображення надходження та вибуття цінних паперів в регістрах синтетичного обліку Організація аналітичного обліку цінних паперів
3. Перевірка повноти відображення доходів за операціями з цінними паперами	Відображення нарахованих доходів

В табл. 2 представлена рекомендована програма аудиту операцій з цінними паперами.

Таблиця 2

Програма аудиту операцій з цінними паперами

Передумови підготовки фінансової (бухгалтерської) звітності	Напрямки аудиту
Повнота – усі цінні папери знайшли відображення в обліку та звітності, не існує не облікованих цінних паперів	- в обліку та звітності знайшли відображення усі факти надходження та списання цінних паперів;
	- сальдо та обороти по рахунках синтетичного обліку цінних паперів співпадають із сальдо та оборотами по рахунках аналітичного обліку;
	- сальдо та обороти по рахунках в повному обсязі перенесені з регістрів бухгалтерського обліку в Головну книгу та звітність;
Існування – усі цінні папери ураховані на дату складання балансу	- усі операції з руху цінних паперів своєчасно зареєстровані в обліку.
	- наявність цінних паперів підтверджена необхідними первинними документами та результатами проведеної в установленому порядку інвентаризації цінні папери, відображені у звітності, належать підприємству у відповідності до законодавства;
	- відображені в балансі цінні папери належать підприємству на правах власності, отримані в результаті укладання договорів, які відповідають вимогам права, та підприємство має усі необхідні свідоцтва, які підтверджують законність отримання цінних паперів;

	- усі записи на рахунках обліку підтверджені первинними документами, оформленими у відповідності з вимогами чинних законодавчих та нормативних актів;
	- усі операції з цінними паперами виходять із умов відносин, які не протиречать чинному законодавству;
	- операції з цінними паперами санкціоновані вповноваженими особами у встановленому порядку.
Оцінка – цінні папери оцінені в бухгалтерському обліку та звітності у відповідності із вимогами нормативних документів	- гривнева оцінка цінних паперів в іноземній валюті проведена у відповідності до вимог чинного законодавства;
	- в залежності від способу придбання цінних паперів їх фактична вартість сформована у відповідності до вимог нормативних документів;
	- вартість цінних паперів для включення у звітність розрахована правильно й у відповідності до вимог нормативних актів;
	- виручка від продажу цінних паперів відображена в обліку в оцінці, яка співпадає із зазначеною в первинних документах;
Точність – втрати за цінними паперами враховані у відповідності до правил обліку, дані звітності відповідають записам в регістрах синтетичного обліку	- в первинних документах, регістрах обліку, при переносі даних у звітність дотримана арифметична точність показників;
	- при визначенні гривневої оцінки цінних паперів, виражених в іноземній валюті, використані курси іноземної валюти, які відповідають курсам НБУ на дату здійснення операцій;
	- у звітності відображено фінансовий результат, визначений на підставі фактичних даних
Обмеження облікового періоду	- усі операції з прийняття до обліку та вибуття цінних паперів враховані у відповідному обліковому періоді
Подання та відображення – усі цінні папери правильно класифіковані та відображені у звітності	- цінні папери класифіковані в залежності від виду та строків погашення;
	- доходи та витрати, пов'язані з реалізацією та погашенням цінних паперів, правильно класифіковані в Звіті про фінансові результати;
	- інформація про цінні папери розкрита в примітках до річної фінансової звітності

Отримання достатніх доказів за питаннями, які перевіряються, дозволяє надати незалежну оцінку вказаним фактам та виявити порушення та відступлення від чинних нормативних актів та правил обліку.

Інформаційною підставою для аудиту акцій, облігацій, позик (внутрішніх і місцевих), облігацій, казначейських зобов'язань державних і ощадних сертифікатів є бухгалтерський фінансовий облік, фінансова звітність про обіг цінних паперів.

Найпоширенішими фондовими інструментами для проведення активних операцій із цінними паперами є: державні облігації, муніципальні облігації, корпоративні цінні папери. В Україні запроваджена змішана форма банківського нагляду, яка передбачає зосередження функцій нагляду в рамках центрального банку у тісній взаємодії з органами внутрішнього та зовнішнього аудиту. При здійсненні банківського нагляду Національний банк України може користуватися послугами інших установ за окремими угодами. Як і в країнах континентальної Європи, в Україні здійснення банківського нагляду відбувається із застосуванням дистанційного контролю та інспектування на місцях.

На нашу думку, об'єктом внутрішнього аудиту виступають не самі бланки цінних паперів, а операції з цінними паперами, що здійснюються банком. Тому безпосередніми об'єктами аудиту будуть виступати, окрім бланків цінних паперів, й інші об'єкти, що відображаються як на балансових, так і позабалансових рахунках.

Список використаних джерел:

1. Закон України «Про аудит фінансової звітності та аудиторську діяльність» № 2258-VIII від 21.12.2017 (із змінами та доповненнями) // www.rada.gov.ua
2. Закон України «Про банки і банківську діяльність» № 2121-III від 07.12.2000 (із змінами та доповненнями) // www.rada.gov.ua
3. Закон України «Про Національний банк України» № 679-XIV від 20.05.1999 (із змінами та доповненнями) // www.rada.gov.ua
4. Закон України «Про фінансові послуги та державне регулювання ринків фінансових послуг» № 2664-III від 12.07.2001 (із змінами та доповненнями) // www.rada.gov.ua
5. Положення про організацію внутрішнього аудиту в банках України: Постанова Правління НБУ № 311 від 10.05.2016 (із змінами та доповненнями) // www.rada.gov.ua
6. Положення про порядок подання банком до НБУ аудиторського звіту за результатами щорічної перевірки фінансової звітності: Постанова Правління НБУ № 90 від 02.08.2018 (із змінами та доповненнями) // www.rada.gov.ua

СИСТЕМА СОЦІАЛЬНОГО ЗАХИСТУ НАСЕЛЕННЯ В УКРАЇНІ: ПОНЯТТЯ, СУТНІСТЬ, ВИДИ ТА ДЕРЖАВНІ СОЦІАЛЬНІ ГАРАНТІЇ

**ГРИФЛЮК Т., 2 курс (ОС «магістр») ФОФЕД ЧТЕІ КНТЕУ
спеціальність «Фінанси, банківська справа та страхування»,
спеціалізація «Державні фінанси»
наук.кер. Вудвуд В. В.**

Стаття присвячена розкриттю поняття та сутності соціального захисту населення в Україні. Визначено основні складові та види соціального захисту а також розкрито поняття державних соціальних гарантій, які повинні бути забезпечені населенню.

The article is devoted to the disclosure of the concept and essence of social protection of the population in Ukraine. The basic components and types of social protection are determined, and the concept of state social guarantees that should be provided to the population.

Соціальний захист – один з найважливіших елементів функціонування всіх розвинених держав. В сьогоденній непростій Україні важко переоцінити важливість формування ефективної системи соціального захисту для підтримки балансу в суспільстві під час підвищення тарифів на житлово-комунальні послуги та провадження реформ у всіх сферах життя країни, у зв'язку з цим і соціальний захист потребує втілення змін, що і відбувається на протязі всіх останніх п'яти років. Тому система соціального захисту в наш час все ще реформується і перебуває в процесі становлення.

У зв'язку з цим впродовж багатьох років в Україні та інших країнах активно обговорюються питання щодо сутності, стандартів і механізмів досягнення високого рівня соціального захисту населення. Деякі аспекти цього питання викликають дискусії у наукових колах, оскільки є дуже актуальними для всіх країн.

Спочатку у 1996 році система соціального захисту отримала своє законодавче підкріплення в основному законі України – Конституції. За статтею 46 право на соціальний захист включає право на забезпечення громадян у разі повної, часткової або тимчасової втрати працездатності, втрати годувальника, безробіття з незалежних від них обставин, а також у старості та в інших випадках, передбачених законом. Це право гарантується загальнообов'язковим державним соціальним страхуванням за рахунок страхових внесків громадян, підприємств, установ і організацій, а також бюджетних та інших джерел соціального забезпечення; створенням мережі державних, комунальних, приватних закладів для догляду за непрацездатними. Пенсії, інші види соціальних виплат та допомоги, що є основним джерелом існування, мають забезпечувати рівень життя, не нижчий від прожиткового мінімуму, встановленого законом[1].

Це важливий аспект діяльності суспільства по забезпеченню соціального становища громадянина, що склалося внаслідок дії соціальних ризиків, відповідно до умов, які визначаються з його невід'ємних і загально визнаних прав. Соціальний захист є, з одного боку системою напрямів, за якими вона здійснюється, а з іншого - системою інститутів, органів що її забезпечують (держава, профспілки, суд, громадські організації та інші). У будь-якій державі є ціла система соціальних структур, інститутів, які здійснюють соціальний захист громадян. Роль найважливішого і найбільшого соціально-організаційного інституту виконує держава. Важливу роль у виконанні функцій соціального захисту відіграють такі інститути, як спеціалізовані фонди, страхові компанії, різні благодійні організації, а також політичні та суспільні установи та організації, що здійснюють соціальний захист соціальних груп і верств населення.

Питання соціального захисту та забезпечення соціальних стандартів досліджували такі іноземні та вітчизняні вчені, як С. Синичук, В. Скуратівський, О. Палій, П. Шевчук, Б. Сташків, О. Макарова, В. Опарін, І.М. Сирота та ін. Однак, в зв'язку з постійними змінами у законодавчих актах, що стосуються удосконалення системи соціального захисту дана тематики потребує вивчення та дослідження.

В сучасній літературі відсутній єдиний підхід трактування поняття «соціальний захист».

Так, на думку О. Макарової на сучасному етапі розвитку суспільства сутність соціального захисту трактується як діяльність держави щодо підтримання відносин між соціальними групами; створення умов для забезпечення добробуту та достатнього рівня життя членів суспільства; забезпечення соціальних гарантій[2, с.8].

Водночас на думку Б. Сташківа соціальний захист – це цілеспрямована діяльність компетентних державних і недержавних органів і організацій з приводу розподілу суспільного продукту з метою вирівнювання доходів, підвищення добробуту і задоволення життєвих потреб як населення в цілому, так і окремих груп та індивідів[3, с.18].

В. Скуратівський та О. Палій вважають, що соціальний захист у вузькому розумінні – це діяльність суб'єктів соціально-політичного життя, спрямована на формування соціальної безпеки людини й суспільства[4, с.5].

Таким чином на нашу думку соціальний захист – це функція держави, що реалізується через формування державних гарантій (у вигляді соціальної підтримки та грошових допомог) певному прошарку населення України.

Система соціального захисту - це інтегрована цілісність соціального страхування, соціальної допомоги та гарантій, що орієнтована на сталий людський розвиток.

Фундамент для формування системи соціального страхування в нашій державі заклали «Основи законодавства України про загальнообов'язкове державне соціальне страхування», прийняті 14 січня 1998 р. Цей Закон визначив принципи та загальні правові, фінансові й організаційні засади загальнообов'язкового державного соціального страхування громадян в Україні.

Загальнообов'язкове державне соціальне страхування - це система прав, обов'язків і гарантій, яка передбачає надання соціального захисту, що включає матеріальне забезпечення громадян у випадку хвороби, повної, часткової або тимчасової втрати працездатності, втрати годувальника, безробіття з незалежних від них обставин, а також у старості та в інших випадках, передбачених законом, за рахунок грошових фондів, які формуються шляхом сплати страхових внесків власником або уповноваженим ним

органом, громадянами, а також бюджетних та інших джерел, встановлених законом. Законом також передбачено такі види загальнообов'язкового державного соціального страхування: пенсійне; у зв'язку з тимчасовою втратою працездатності та витратами, зумовленими похованням; медичне; від нещасного випадку на виробництві та професійного захворювання, які спричинили втрату працездатності; на випадок безробіття та інші види страхування, передбачені законами України[5].

Не менш важливим елементом системи соціального захисту є державна соціальна допомога. Соціальна допомога - це одна з основних форм підтримки суспільством осіб, чиє матеріальне становище не відповідає загальноприйнятому рівню забезпечення або є нижчим межі забезпеченості, визначеної законодавством. Соціальна допомога буває державною, благодійною, гуманітарною, грошовою або натуральною тощо. Державна соціальна допомога - це гарантований державою рівень матеріальної підтримки громадян, тобто грошова виплата[6].

Правові засади надання державної соціальної допомоги особам, які не мають права на пенсію, та інвалідам, а також надання державної соціальної допомоги на догляд визначає Закон України «Про державну соціальну допомог особам, які не мають права на пенсію, та особам з інвалідністю», який набрав чинності з 1 січня 2005 року.

Державна соціальна допомога в Україні регулюється низкою законів, таких як «Про державну допомогу сім'ям з дітьми»; «Про державну соціальну допомогу особам, які не мають права на пенсію, та особам з інвалідністю»; «Про державну соціальну допомогу малозабезпеченим сім'ям»; «Про державну соціальну допомогу особам з інвалідністю з дитинства та дітям з інвалідністю» та іншими.

Ще одним важливим аспектом соціального захисту є соціальні послуги. Законом «Про соціальні послуги» від 19 червня 2003 р. встановлено основні організаційні та правові засади надання соціальних послуг особам, які перебувають у складних життєвих обставинах та потребують сторонньої допомоги.

Для більш зрозумілого трактування соціального захисту його ще можна розділити за видами. Термін "види соціального захисту" більшість науковців визначають як об'єкти соціально-забезпечувальних матеріальних правовідносин або як конкретні матеріальні блага, з приводу яких вони виникають. Однак, немає єдності у поглядах щодо класифікації видів соціального забезпечення.

Так, на думку І.М. Сироти видами соціального забезпечення є: соціальні виплати, пільги, послуги, надані непрацездатним громадянам або безкоштовно, або на пільгових умовах за рахунок спеціальних джерел фінансування [7, с.30].

С.М. Синчук до них відносить такі матеріальні блага, як пенсії, соціальні допомоги, соціальні пільги, соціальне обслуговування [8, с. 55].

Водночас Б.І. Сташків до видів соціального забезпечення відносить пенсію, грошову допомогу, компенсацію, субсидію, пільгу, соціальна послугу [3, с.75].

І.С. Ярошенко обмежує перелік видів соціального забезпечення пенсіями, допомогами та соціальними послугами [9, с.11-13].

Н.Б. Болотіна вважає видами соціального забезпечення такі матеріальні блага, як грошові виплати, натуральну допомогу, пільги, субсидії, медичну допомогу, лікарські засоби та інші вироби медичного призначення, технічні засоби реабілітації, технічні засоби пересування, соціальне обслуговування [10, с.135].

Вважаємо, що видами соціального захисту є певні матеріальні та нематеріальні блага, які надаються особі. Незалежно від того, у якій організаційно-правовій формі здійснюється соціальний захист, він поділяється на такі види: матеріальні (грошові виплати; натуральна допомога; пільги; субсидії; медична допомога; лікарські засоби та інші вироби медичного призначення, технічні засоби реабілітації, технічні засоби пересування) та нематеріальні (соціальне обслуговування). Наглядно види соціального захисту згруповано, систематизовано та зображено на рис. 1.

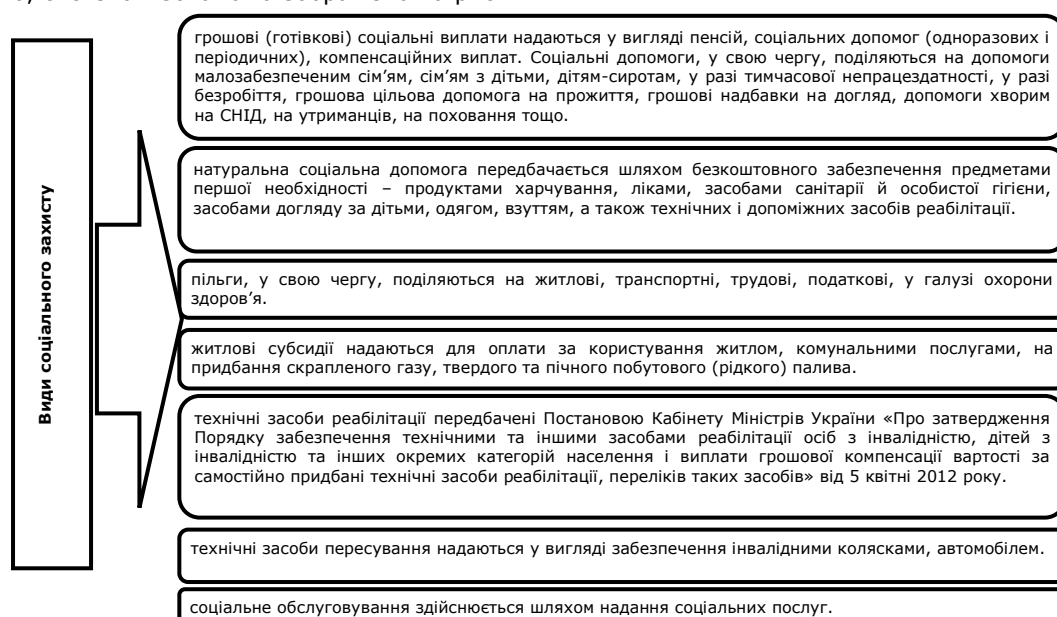


Рис. 1. Види соціального захисту, яким може бути забезпечене населення України.

Згідно Закону України від від 19.06.2003 «Про соціальні послуги», соціальні послуги - це комплекс правових, економічних, психологічних, освітніх, медичних, реабілітаційних та інших заходів, спрямованих

на окремі соціальні групи чи індивідів, які перебувають у складних життєвих обставинах та потребують сторонньої допомоги, з метою поліпшення або відтворення їх життєдіяльності, соціальної адаптації та повернення до повноцінного життя. Надання соціальних послуг здійснюють соціальні працівники та інші фізичні особи, які мають відповідну освіту і схильні за особистими якостями до надання соціальних послуг. До надання соціальних послуг можуть залучатися волонтери, діяльність яких регулюється відповідним положенням, яке затверджується Кабінетом Міністрів України. Кваліфікаційні вимоги до соціальних працівників та інших фахівців, які надають соціальні послуги, порядок їх атестації, визначаються відповідними центральними органами виконавчої влади[11].

Основними формами надання соціальних послуг є матеріальна допомога та соціальне обслуговування. Матеріальна допомога надається особам у вигляді грошової або натуральної допомоги: продуктів харчування, засобів санітарії і особистої гігієни, засобів догляду за дітьми, одягу, взуття та інших предметів першої необхідності, палива, а також технічних, допоміжних засобів реабілітації та інші. Систематизація видів соціальних послуг наведена на Рис.2.

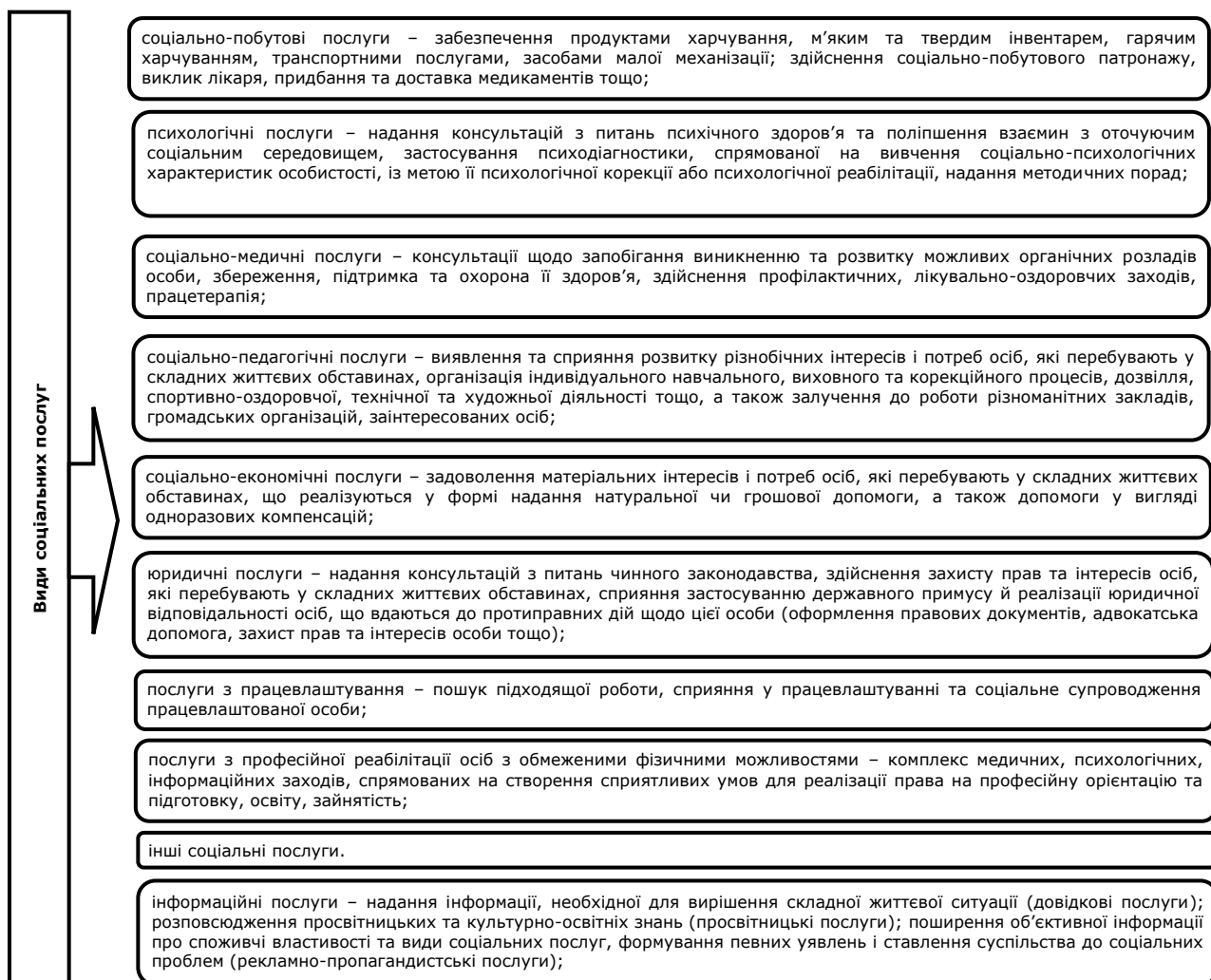
Також в контексті обговорення соціального захисту необхідно розглянути ще одну важливу складову системи соціального захисту – державні соціальні гарантії. Вони встановлюються з метою забезпечення конституційного права громадян на достатній рівень життя. Правові засади формування та застосування державних соціальних стандартів і нормативів, спрямованих на реалізацію основних соціальних гарантій, були визначені в Законі «Про державні соціальні стандарти та державні соціальні гарантії», прийнятому 5 жовтня 2000 р.

Державні соціальні стандарти – це встановлені законами, іншими нормативно-правовими актами соціальні норми і нормативи або їх комплекс, на базі яких визначаються рівні основних державних соціальних гарантій.

Державні соціальні гарантії – це встановлені законами мінімальні розміри оплати праці, доходів громадян, пенсійного забезпечення, соціальної допомоги, розміри інших видів соціальних виплат, встановлені законами та іншими нормативно-правовими актами, які забезпечують рівень життя не нижчий від прожиткового мінімуму.

Основні державні соціальні гарантії встановлюються законами з метою забезпечення конституційного права громадян на достатній життєвий рівень. До числа основних державних соціальних гарантій включаються: мінімальний розмір заробітної плати; мінімальний розмір пенсії за віком; неоподатковуваний мінімум доходів громадян; розміри державної соціальної допомоги та інших соціальних виплат.

Основні державні соціальні гарантії, які є основним джерелом існування, не можуть бути нижчими від прожиткового мінімуму, встановленого законом.



2. Види соціальних послуг відповідно до Закону України «Про соціальні послуги» від 19 червня 2003 р.

Базовим державним соціальним стандартом є прожитковий мінімум, на основі якого визначаються державні соціальні гарантії та стандарти у сферах доходів населення, житлово-комунального, побутового, соціально-культурного обслуговування, охорони здоров'я та освіти. Прожитковий мінімум визначається як вартісна величина достатнього для забезпечення нормального функціонування організму людини, збереження його здоров'я набору продуктів харчування, а також мінімального набору непродовольчих товарів та мінімального набору послуг, необхідних для задоволення основних соціальних і культурних потреб особистості.

Державні соціальні стандарти і нормативи встановлюються з метою:

- визначення механізму реалізації соціальних прав та державних соціальних гарантій громадян, визначених Конституцією України;
- визначення пріоритетів державної соціальної політики щодо забезпечення потреб людини в матеріальних благах і послугах та фінансових ресурсів для їх реалізації;
- визначення та обґрунтування розмірів видатків Державного бюджету України, бюджету Автономної Республіки Крим та місцевих бюджетів, соціальних фондів на соціальний захист і забезпечення населення та утримання соціальної сфери.

На основі соціальних стандартів визначаються розміри основних соціальних гарантій: мінімальних розмірів заробітної плати та пенсії за віком, інших видів соціальних виплат і допомоги. Також державні соціальні стандарти обов'язково враховуються при розробці програм економічного і соціального розвитку[12].

Таким чином органи влади та місцевого самоврядування відповідно до компетенції, враховуючи соціальні стандарти, зобов'язані забезпечити достатній рівень життя для населення країни, використовуючи механізми, які зазначені у статті та передбачені законодавством.

Отже, соціальний захист – це не тільки невід'ємна складова політики будь-якої держави, але і беззаперечна вимога цивілізованого існування на достатньо високому рівні кожного без винятку суспільства. Адже людина як основний гарант існування соціуму має відчувати турботу та людяне ставлення, як певну гарантію захисту з боку держави й права. Лише приділивши увагу соціальному захисту та соціальним групам, які від нього безпосередньо залежать, держава забезпечить собі історичне визнання минулого, стабільне сучасне функціонування та щасливе існування громадян у майбутті, що і є підставою існування демократичної правової соціальної держави.

Список використаних джерел:

1. Конституція України [Електронний ресурс]: поточна редакція від 21.02.2019 – Режим доступу: <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/254%D0%BA/96-%D0%B2%D1%80>
2. Макарова О.В Соціальна політика в Україні: Монографія/інститут демографії та соціальних досліджень ім. М.В. Птухи НАН України.-К., 2015-244 с.
3. Сташків Б. І. Право соціального забезпечення: Навчальний посібник – Чернівці, ПАТ «ПВК» «Десна», 2016.-692 с.
4. Скурятівський В. А., Палій О. М. Основи соціальної політики: Навчальний посібник – К., МАУП, 2002. – 200 с.
5. Основи законодавства України про загальнообов'язкове державне соціальне страхування [Електронний ресурс]: поточна редакція від 20.01.2018 – Режим доступу: <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/16/98-%D0%B2%D1%80>
6. Деріга В.В. Соціальна і гуманітарна політика [Електронний ресурс]/ В. Деріга– Режим доступу: <https://buklib.net/books/35821/>
7. Сирота І.М. Право соціального забезпечення в Україні: Підручник. – Х.: "Одісей", 2001. – 384 с.
8. Синчук С.М., Бурак В.Я. Право соціального забезпечення України: Навч. посіб. / За ред. С.М. Синчук. – 2-ге вид., перероб. і доп. – К.: Знання, 2006. – 318 с.
9. Ярошенко І.С. Право соціального забезпечення: Навч. посіб. – К.: КНЕУ, 2005. – 232 с.
10. Про соціальні послуги: Закон України від 19.06.2003 №966-IV [Електронний ресурс] - Режим доступу: <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/966-15>
11. Про державні соціальні стандарти та державні соціальні гарантії: Закон України Відомості Верховної Ради України (ВВР), 2000, № 48, ст.409 [Електронний ресурс] - Режим доступу: <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/2017-14>

УПРАВЛІННЯ СТРУКТУРОЮ АКТИВІВ З МЕТОЮ ЇХ ОПТИМІЗАЦІЇ

**ЛЬВОВ Л., 1 курс (ОС «магістр») ФОФЕД ЧТЕІ КНТЕУ
спеціальність «Фінанси, банківська справа та страхування»
наук. кер. Вудвуд В.В.**

Статтю присвячено проблемі формування фінансової політики управління структурою активів виробничого підприємства на основі сформульованої стратегії. Автором розглянуті умови формування оптимальної структури активів виробничого підприємства на основі функціональної моделі оптимізації структури капіталу господарюючого суб'єкта в умовах кризової ситуації, що склалася на ринку. Обґрунтовано особливості управління структурою активів виробничого підприємства в умовах кризи.

This article deals with a problem of formation of a financial policy of management of asset profile of an industrial enterprise on the basis of the stated strategy. The authors analyze conditions of formation of optimum asset profiles of an industrial enterprise on the basis of functional model of a capital structure optimization of a business entity in conditions of the crisis situation existing on the industry market. Peculiarities of asset profile management are marked of an industrial enterprise in crisis conditions.

Сучасний ринок ставить свої вимоги до підприємств. Це вимагає оперативних змін щодо політики управління в залежності від зовнішніх факторів, щоб утримати свої позиції на ринку. Це, відповідно, викликає необхідність вдосконалення методів системи управління підприємством і один з напрямків – управління величиною і структурою активів.

Метою даної статі є вирішення проблеми формування фінансової політики управління структурою активів виробничого підприємства на основі сформульованої стратегії.

Об'єктом дослідження є процес формування оптимальної структури активів виробничого підприємства.

Предметом дослідження є особливості застосування функціональної моделі оптимізації структури

капіталу господарюючого суб'єкта в умовах кризової ситуації.

Питання формування, використання та управління активами підприємства досліджувалися такими зарубіжними вченими як: І. Ансофф, Ф. Котлер, М. Портер, А.Сміт, А. Томпсон, Й. Шумпетер, а також українськими науковцями: М. Д. Білик, І.А.Бланк, В. М. Гєєць, С. В. Мочерний, С. Ф. Покропивний, Н. В. Чебанова, та інші. Однак на сучасній стадії розвитку української економіки, існує нагальна потреба у виявленні більш ефективного управління активами підприємств, що буде забезпечувати їх стабільний розвиток.

Більшість сучасних вчених в частині управління активами розуміють діяльність підприємства, спрямовану на досягнення поставлених цілей шляхом раціонального використання наявних ресурсів із застосуванням принципів і методів економічного механізму управління. Зокрема, І.А. Бланк під управлінням активами розуміє «... систему принципів і методів розробки і реалізації управлінських рішень, пов'язаних з їх формуванням, ефективним використанням в різних видах діяльності підприємства і організацією їх обороту» [1].

Активи динамічні за своєю природою і в процесі функціонування як величина активів, так і їх структура змінюються. Управління структурою активів є вирішальним фактором ефективного управління підприємством і передбачає аналіз таких аспектів:

- 1) визначення оптимальних обсягів виробництва, структури доходів і витрат;
- 2) визначення джерел фінансування за величиною, складом і структурою.

Між активами підприємства і джерелами їх формування існують певні співвідношення. Згідно з правилами фінансового менеджменту передбачається, що оборотні активи фінансуються за рахунок короткострокових джерел, а необоротні кошти – за рахунок власного капіталу або довгострокових зобов'язань. З огляду на те, що вартість залучення капіталу визначається його видом:

- короткострокові зобов'язання – це залучені позикові кошти і поточна заборгованість підприємства. У певному сенсі безкоштовним джерелом є постачальники засобів, замовники та інші кредитори;
- довгострокові зобов'язання – це залучені позикові кошти на термін понад рік;
- власний капітал – це умовний термін, що означає частку власників у фінансуванні загальної суми активів підприємства. Платний джерело – оплата у вигляді дивідендів, постачальниками засобів виступають власники.

Можна зробити висновок про взаємозв'язок структури капіталу і структури активів. Тобто оптимізуючи структуру капіталу, ми одночасно оптимізуємо структуру активів відповідно до цілей і завдань, що стоять перед підприємством. Дана точка зору збігається з думкою сучасних учених, зокрема, С.К. Маєрс зазначає: «Оптимізація структури капіталу – це безперервний процес адаптації до змін економічної ситуації, податкового законодавства, конкуренції. Рішення про вибір структури капіталу не можна приймати ізольовано. Воно повинно бути частиною об'єднаної стратегії фінансування, в якій враховуються ринкова позиція компанії, майбутні інвестиційні можливості, очікувані грошові потоки, фінансова політика і потреба у фінансуванні» [5].

Практика діяльності будь-якого господарюючого суб'єкта, так чи інакше, пов'язана з координацією використання активів, з метою їх раціонального використання. Головним стимулом в управлінні цими активами є отримання прибутку та економії при ефективному їх використанні. Цього можна досягти за допомогою зростання інтенсивності використання активів і скороченням пасивних статей, за рахунок зменшення кредитів, позик, податків і так далі.

Матрицю з управління активами можна уявити як систему, що складається як мінімум з чотирьох частин загального, і кожна його частина розвиває наступну, дозволяючи розвиватися підприємству в цілому.

Розглянемо управління структурою активів на основі «функціональної моделі оптимізації вибору політики управління структурою капіталу» [2], запропонованої Гончаровим А.І. (рис. 1).

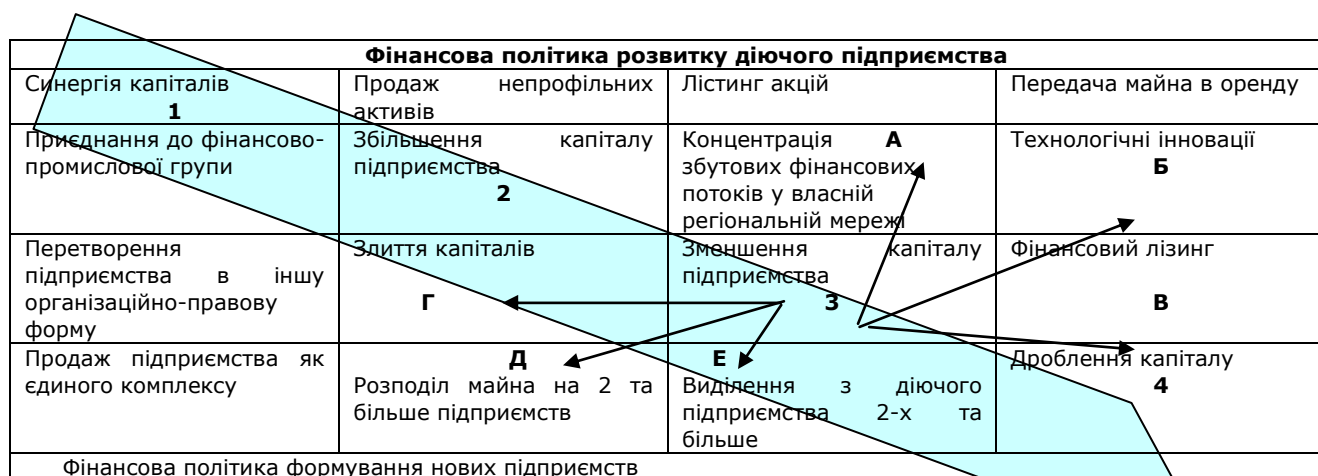


Рис. 1. Функціональна модель оптимізації структури капіталу підприємства

Дана модель містить в собі фінансові інструменти, механізми внутрішньої та зовнішньої структурної оптимізації капіталу і фінансової політики. На підставі сформульованої стратегії розвитку підприємства, розробленої на підставі об'єднаної стратегії фінансування, в якій враховуються ринкова позиція

компанії, майбутні інвестиційні можливості, очікувані грошові потоки, фінансова політика і потреба у фінансуванні (SWOT-аналіз) або іншої концепції, проводиться розробка стратегії розвитку підприємства. Вибір фінансової політики відповідно до розробленої стратегії розвитку підприємства проводиться в два етапи.

На першому етапі вибираємо одну з чотирьох фінансових політик, розташованих по діагоналі матриці, кожна з яких передбачає вибір основного напрямку фінансової політики зміни структури підприємства:) принципове рішення про об'єднання даного підприємства з іншими, більш потужними компаніями {синергія капіталів};

1) збільшення капіталу підприємства є також перспективним напрямком фінансової політики;
2) зменшення капіталу підприємства в процесі оптимізації структури для усунення зайвого майнового тягаря;

3) дроблення капіталу підприємства, як вимушений захід, сприяє фінансовому оздоровленню і подальшому розвитку господарюючого суб'єкта по частинах.

На другому етапі для обраного напрямку визначаємо набір фінансово-господарських інструментів, що забезпечують формування нових підприємств. Шість фінансово-господарських інструментів, що забезпечують формування нових підприємств, розташовані нижче головної діагоналі матриці:

- 1) приєднання до фінансово-промислової групи;
- 2) злиття капіталів двох і більше підприємств;
- 3) виділення з діючого двох і більше підприємств - міра ефективна для відновлення платоспроможності господарюючого суб'єкта в силу «відсікання» фінансово проблемної його частини, але найчастіше - за рахунок інтересів держави як одержувача податків або власника;
- 4) перетворення підприємства в іншу організаційно-правову форму;
- 5) поділ майна на два і більше підприємств;
- 6) продаж підприємства як єдиного майнового комплексу.

Інші шість фінансово-господарських інструментів, що забезпечують розвиток діючого підприємства, розташовані вище головної діагоналі матриці:

- 1) продаж непрофільних активів і допоміжних виробництв;
- 2) концентрація фінансово-збутових потоків через власну територіальну мережу;
- 3) фінансовий лізинг дає суттєву економію фінансового потоку на тривалу перспективу;
- 4) лістинг акцій;
- 5) фінансові механізми технологічних інновацій сприяють економії;
- 6) передача в оренду майна.

З шести фінансово-господарських інструментів, вище і нижче лежачих, вибираємо ті, які відповідають фінансову політику підприємства. Наприклад, якщо прийнято напрямок збільшення капіталу підприємства поз. 2 в частині формування нових підприємств, то вибирається політика з шести, розташованих нижче діагоналі матриці. Якщо буде продовжена стратегія розвитку підприємства, тоді вибирається політика з шести варіантів, розташованих вище діагоналі матриці.

Для оптимізації структури капіталу в умовах кризи вибираємо основний напрямок фінансової політики, спрямованої на зменшення капіталу підприємства. При цьому фінансова політика, спрямована на розвиток діючого підприємства, передбачає три напрямки, розташованих вище діагоналі (см. малюнок):

А - концентрація збутових фінансових потоків у власній регіональній мережі в умовах фінансової кризи ускладнена і пов'язана з високими процентними ставками по іпотечному кредитуванню і зменшенням доходів населення;

Б - технологічні інновації неможливі через високі відсоткові ставки за кредитними лініями для підприємств;

В - фінансовий лізинг неможливий через спад попиту на ринку житла.

Фінансова політика, спрямована на формування нових підприємств, передбачає три напрями, розташованих нижче діагоналі:

Г - злиття капіталів двох і більше підприємств дозволить консолідувати і наростити фінансові потоки, усуне дублювання випускається на ринок продукції, розширить перспективи технологічного розвитку;

Д - поділ майна на 2 і більше підприємств - міра прагматична, але небажана;

Е - виділення з діючих 2-х і більше підприємств - міра ефективна для господарюючого суб'єкта в силу «відсікання» фінансово проблемної його частини, найчастіше - за рахунок інтересів держави як одержувача податків або власника.

Ефективність споживання оборотного капіталу залежить від їх найбільш повного і затребуваного залучення в процеси виробництва, що дозволить отримувати віддачу у вигляді споживання продуктів виробництва, як за готівковий розрахунок, так і в кредит. Це в свою чергу дає можливість скорочувати пасивну частину балансу, кредиторську заборгованість. Уважне прогнозування матеріальних витрат на майбутнє виробництво дасть можливість уникнути збільшення складських запасів, а дослідження потреб ринку, і так само система «Оплата-доставка» збільшить прибутковість споживання. Відстеження дебіторської заборгованості дозволить скорочувати кредиторську.

Ефективність виробничої стадії цілком залежить від раціональності другій стадії, але і контроль виробництва дає результати. Використання новітньої технології, яка дозволить заощадити дає додаткові можливості, скорочуючи втрати і брак. Тому пріоритетним завданням управління необоротні активи служить своєчасне прогнозування формування рівня інтенсифікації виробничого процесу у оптимальному співвідношенні курсу амортизаційної політики і виробничої діяльності підприємства. Підставою для цього є аналітичний прогноз з використанням розрахунків за складом і динаміці активів, станом і ступеня зношеності, рівню раціональності використання та оновлення.

Грамотне управління активами дозволить зробити обґрунтованим вибір керівництва. Якщо вибрати

стратегію щодо збільшення активів підприємства, необхідно зробити прогнозний розрахунок, наскільки залучення нових коштів скоротить витрати і визначити додаткову вартість вкладень капіталу і їх можливість окупатися. Цей моніторинг дозволить прогнозувати отримання прибутку тільки через певний період часу, якщо такий варіант не підходить для господарюючого суб'єкта, то необхідно вибрати варіант фінансової стратегії при скороченні пасивів.

Зниження податкового тягара, кредитних заборгованостей, в тому числі перед банками, дозволить також вибрати шлях на поліпшення фінансового становища. Законодавче зниження сплати податків і зборів шляхом вибору оптимальної системи оподаткування, наприклад, шляхом зміни загальної системи на спрощену, якщо це не суперечить Податковому кодексу, знизить виплати і зменшить витратну частину. Як стратегії можна вибрати зниження залежності від позик шляхом моніторингу найменших кредитних ставок банків, періодів погашення.

На підставі вищевикладеного можна зробити висновок: результати аналізу структури активів дозволяють уточнити вибір політик оптимізації структури капіталу господарюючого суб'єкта, тим самим оптимізувати управління структурою активів на підставі обраної стратегії розвитку підприємства. Раціональність в управлінні активами – найважливіше завдання керівництва, яка дозволить домогтися ефективності і прибутковості бізнесу. Тому для рентабельності виробничого циклу можна вводити в фінансовий процес тільки той обсяг оборотних коштів, який належить використовувати і на необхідний мінімальний період часу. Отже, управління структурою активів повинно ґрунтуватися на аналізі чинників як зовнішнього, так і внутрішнього середовища підприємства, уточнюючи вибрані стратегічні напрямки.

Список використаних джерел:

1. Бланк І.А. Управління активами і капіталом підприємства. Київ.: Ніка-Центр, Ельга, 2009 – 448 с.
2. Гончарова А.І. Відновлення платоспроможності підприємства: модель оздоровлення фінансів / А.І. Гончарова // Фінанси.– 2014.– № 8.– С.68-78.
3. Єпіфанова І. Ю. Фінансовий аналіз та звітність : практикум / І. Ю. Єпіфанова, В. В. Джеджула. – Вінниця : ВНТУ, 2017. – 143 с.
4. Ротар Д. А. Ключові особливості стратегічного управління активами підприємств та шляхи його удосконалення / Д. А. Ротар // Економічні науки. - 3. Фінансові відносини. [Електронний ресурс]. – Режим доступу: http://www.rusnauka.com/14_NPRT_2011/Economics/3_87197.doc.htm
5. Myers, S.C. The Search for Optimal Capital Structure / SC Myers // Financial Strategy Adding Stakeholder Value. Ed Rutterford J.: John Wiley and Sons. -1998.

МЕДИЧНЕ СТРАХУВАННЯ ТУРИСТІВ, ЯКІ ВИЇЗДЖАЮТЬ ЗА КОРДОН

ПАЛАНІЧКО М., 2 курс (ОС «бакалавр») ФОФЕД ЧТЕІ КНТЕУ

спеціальність «Фінанси, банківська справа і страхування»,

спеціалізація «Державні фінанси»

наук. кер. Каспрук А.Ю.

Стаття присвячена сутності та значенню медичного страхування громадян, які виїжджають за кордон. У статті обґрунтовано, що в умовах динамічного розвитку туристичної галузі в Україні, проведення медичного страхування туристів має важливе значення. Обґрунтовано, що визначення особливостей та умов здійснення медичного страхування туристів сприятиме більшій обізнаності щодо покриття власних медичних витрат.

The article is devoted to the essence and importance of health insurance for citizens traveling abroad. The article substantiates that in conditions of dynamic development of tourism industry in Ukraine, carrying out of medical insurance of tourists is of great importance. Substantiated determining the characteristics and conditions for the implementation of health insurance for tourists will promote greater awareness of the coating of their own medical expenses.

Актуальність теми дослідження полягає в тому, що у туристичному бізнесі ризик настання небажаних подій та їх негативних наслідків є особливо великим, оскільки сам характер надання туристичних послуг часто пов'язаний із перебуванням туристів у різних екстремальних і незвичних для них місцях, де буває важко передбачити наявність несприятливих для самопочуття туристів факторів або подій. До того ж у ході взаємодії великої кількості незалежних один від одного ділових партнерів (закордонні туроператори, консульські служби, адміністрації готелів, транспортні компанії тощо) імовірність настання страхових випадків зростає.

Метою статті є визначення особливостей та умов проведення медичного страхування у сфері туризму.

Об'єктом дослідження є процес надання страхових послуг особам, які виїжджають за кордон.

Предметом дослідження є економічні відносини, які виникають у процесі медичного страхування.

Вивченням питання страхування туристичної галузі в Україні займаються такі науковці, як Н. Є. Аванесова, Є. В. Беляєва, Н. М. Власова, Н. М. Внукова, В. В. Гуменюк, А. В. Кошляк, Н. І. Машина, О. О. Охріменко, Ю. І. Руснак, Л. П. Шматько та ін. Але дослідження проблематики медичного страхування туристів є недосконалим і мало вивченим вітчизняними науковцями, тому потребує більш детального висвітлення.

Страхування громадян, які виїжджають за кордон, є порівняно новим видом страхування в Україні, що активно розвивається. Його виникнення пов'язане зі зміною способу життя вітчизняних громадян і значним збільшенням кількості закордонних поїздок.

Крім того, багато країн не видають візи туристам, які не мають страхового полісу – асирансу, що дає право на отримання медичної допомоги.

Перебуваючи в закордонній поїздці, людина опиняється в незнайомому середовищі. З настанням хвороби або нещасного випадку основною її проблемою може стати не оплата медичних витрат, а отримання відповідної допомоги. Виклик лікаря, швидкої допомоги, спілкування з персоналом лікувальних установ, купівля ліків, медикаментів – усе це й багато іншого в чужій країні викликає серйозні труднощі.

Під медичним страхуванням громадян, які виїжджають за кордон, мається на увазі страхування на

випадок раптового захворювання, тілесного ушкодження в результаті нещасного випадку або смерті, яка настала під час перебування за кордоном [1].

Міжнародний поліс страхування медичних витрат (асистанс) у разі раптового захворювання або нещасного випадку забезпечує організацію медичної допомоги протягом 24 годин у будь-якій країні світу.

Асистанс як вид страхування набув поширення в кінці 1950-х – на початку 1960-х рр. Це сервісне обслуговування договору страхування. Поліс, на підставі якого надаються різні види медичної допомоги, гарантує оплату витрат на лікування, госпіталізацію, витрати на медичні послуги, а також витрати на ліки.

Договір страхування може передбачати: відповідальність страховика за потреби медичного транспортування хворого до найближчої або спеціалізованої лікарні; транспортування у країну проживання з медичним супроводом; репатріацію тіла застрахованого; дострокове повернення; екстрену стоматологічну допомогу; юридичну допомогу та ін. [1].

Головна мета «асистансу» – негайне реагування в надзвичайних обставинах, надання клієнтові моральної, медичної, а також технічної допомоги. В Україні однією з перших страхових компаній, яка утворила асистанський центр, була державна акціонерна страхова компанія (ДАСК) «Укрмедстрах». Нині цей центр став окремою компанією «Асистанс-Центр «L.I.S.», яка підтримує найтісніші відносини з ДАСК «Укрмедстрах». Він має статус офісу-кореспондента «Europe Assistance» – лідера світового асистансу, може надавати весь спектр допомоги застрахованим особам на європейському рівні [5].

На українському страховому ринку сьогодні пропонуються сервісні страхові поліси, розроблені вітчизняними страховими компаніями спільно з надійними західними партнерами (компанії-асистанти Західної Європи, США, Канади, Японії). Клієнтам страхових компаній сервісні компанії цілодобово організовують допомогу в подорожі. Однією з відомих і престижних сервісних компаній вважається мережа International SOS Assistans, яка обслуговує близько 25 млн. осіб у багатьох країнах світу.

Нині близько 40 страхових компаній пропонують послуги зі страхування туристів, які виїжджають за кордон, серед них: «АКВ-Гарант», «Алькона», «АСКА», «Гарант Авто», «Галинстрах», «Енергополіс», «Інтерполіс», «КредоКласик», «Надра», «Народна страхова компанія», «Народно-фінансова страхова компанія», НАСК «Оранта», «Остра-Київ», «Оранта-Дніпро», «Пан-Україн», «Скайд-Вест», «Стройполіс», «Укрінмедстрах», «UTICO», «Фактотум» тощо [2].

Страхові компанії, укладаючи договір із турфірмою на обслуговування туристів за кордоном, включають у страховий поліс мандрівника широкий спектр послуг страхування:

- за раптового захворювання – невідкладну медичну допомогу, амбулаторне та стаціонарне лікування, у тому числі операцію в першокласних клініках;

- екстрену стоматологічну допомогу (за гострого зубного болю) на суму, не більше 200 дол. США;
- надання медичного устаткування (інвалідні візки, милиці тощо);
- термінове доправлення одного з найближчих родичів до місця події і назад;
- екстрене повернення потерпілого на батьківщину разом з особою, яка його супроводжує, якщо це необхідно за медичними показниками. У випадках летального результату страхова компанія оплачує всі витрати з доправлення тіла туриста на батьківщину;

- забезпечення засобами для повернення додому неповнолітніх дітей, які подорожують із потерпілим туристом;

- сприяння в організації кваліфікованої юридичної допомоги застрахованому і його захисту;

- оплату термінових повідомлень, пов'язаних зі страховим випадком;
- надання допомоги в разі втрати чи затримки багажу під час закордонної поїздки;
- страхування цивільної відповідальності автовласників («зелена картка»);
- страхування від неможливості вирушити в поїздку за кордон [3].

Страхові компанії в Україні пропонують такі програми страхування медичних та інших непередбачених витрат громадян, які виїжджають за кордон:

1. Поліс «Економ-класу» - гарантує:
 - екстрену медичну допомогу й оплату медичних витрат;
 - організацію й оплату медичного транспортування туриста;
 - організацію й оплату репатріації тіла в разі смерті застрахованого.
2. Поліс «Бізнес-класу» - гарантує всі послуги полісу «Економ-класу», а також оплату послуг екстреної стоматологічної допомоги.

3. Поліс «VIP» забезпечує надання послуг полісу «Бізнес-класу», а також:
 - організацію й оплату відвідин родича в разі госпіталізації застрахованого;
 - організацію й оплату дострокового повернення застрахованого в Україну в екстреній ситуації;
 - організацію й оплату дострокового повернення в Україну неповнолітніх дітей застрахованого, які залишилися без нагляду;

- організацію й оплату юридичного захисту застрахованого;
- організацію допомоги в разі втрати документів.

Сьогодні існують дві форми страхового обслуговування туристів:

- компенсаційна – передбачає оплату самим мандрівником усіх медичних витрат і відшкодування їх лише після повернення на батьківщину, що, зазвичай, незручно, тому що змушує туриста мати при собі значний грошовий запас на цей випадок;

- сервісна (асистанс) – передбачає перелік послуг, які надаються в необхідний момент у натурально-речовій формі або у вигляді грошових коштів через технічне, медичне й фінансове сприяння.

Договір страхування можуть укласти: юридичні особи незалежно від форм власності на користь своїх співробітників віком до 80 років; дієздатні фізичні особи на свою користь або на користь будь-якої фізичної особи віком від 1 до 75 років.

Строк дії договору страхування – від 1 до 365 днів залежно від тривалості поїздки.

Страхова компанія, зазвичай, покриває видатки застрахованому туристу на багато видів послуг у межах страхової суми від 10 тис. до 100 тис. дол. США залежно від умов страхування.

Під час оформлення страхового поліса мандрівника сума страхового внеску (страхової премії) становить приблизно 1 дол. США на день на одну людину.

Розмір страхового внеску залежить від декількох факторів:

- від терміну перебування за кордоном – чим триваліший термін, тим нижчий страховий внесок у день на людину (менше 1 дол. США на день);

- від країни в'їзду – вартість страховки під час поїздки, наприклад, у США, Канаду чи Австралію, є вищою, ніж в інші країни;

- від кількості людей у туристській групі – для групи від 6 осіб застосовується дешевший, груповий, тариф, а якщо родина подорожує разом, тоді застрахованими повинні бути всі її члени;

- від ступеня ризику – страховий внесок зростає, якщо страхують підвищені ризики (наприклад, для туристів, які виїжджають кататися на гірських лижах і займатися іншими видами активного відпочинку, базовий тариф зростає, у середньому удвічі);

- від віку туристів – страховий внесок для туристів віком до 21 року буде меншим від звичайного базового тарифу, для туристів, старших 65 років, тариф звичайно збільшується вдвічі, старших за 70 років – утричі (туристи, старші 80 років, не підлягають страхуванню).

Страховий поліс може бути короткостроковим (у якому чітко зазначається кількість днів перебування за кордоном), а також страховики пропонують довгострокові поліси (наприклад мультиполіс), які дозволяють застрахувати за один раз усі подорожі протягом тривалого часу (півроку, рік). Це дуже зручно для тих, у кого трапляються раптові закордонні відрядження, а часу на оформлення полісу обмаль [4].

Страховик не відшкодовує витрат туриста, якщо вони не належать до страхових випадків. Не є страховими випадками:

- хронічні захворювання і сонячні опіки;
- захворювання, пов'язані з вживанням алкоголю і наркотичних засобів;
- захворювання, викликані невинуватим ризиком (спуск у печери, стрибки у воду із трампліна тощо);

- захворювання чи нещасні випадки, які виникли до чи після повернення застрахованого у країну постійного проживання;

- пластична хірургія, різного роду протезування, щеплення, профілактичні вакцинації та ін.;

- тілесні ушкодження, отримані під час участі у страйках, воєнних діях;

- навмисне заподіяння собі тілесних ушкоджень;

- самогубство;

- витрати на додатковий комфорт (телевізор, телефон, кондиціонер, послуги масажиста чи косметолога), якщо турист перебуває в лікарні [3].

Отже, проведення добровільного медичного страхування туристів, які виїжджають за кордон, сприятиме покриттю власних медичних витрат, а послуги з цього виду страхування дозволять отримати своєчасну, якісну та кваліфіковану медичну допомогу.

Висновки. З кожним днем медичне страхування стає все більш популярним і затребуваним. Крім того, саме медичне страхування вже давно перетворилося на деяку форму соціального захисту людини та її матеріальних інтересів у питаннях охорони здоров'я. Адже саме медичне страхування гарантує, що всі витрати на медобслуговування, а також на купівлю медикаментів будуть сплачені. У разі оформлення медичного страхування всі витрати, пов'язані з оплатою лікування і медикаментів, візьме на себе страхова компанія. Поліс забезпечить захист від будь-яких проблем із здоров'ям, які можуть виникнути в період подорожі.

Медичне страхування туристів, які виїжджають за кордон, – це життєва необхідність, що допоможе зберегти здоров'я, а в деяких випадках – життя.

Список використаних джерел:

1. Вовчак О. Д. Страхова справа : підручник / О. Д. Вовчак. – Київ : Знання, 2011. – 391 с.
2. Залетов О. Особливості страхування туристів і туристичних фірм в Україні [Електронний ресурс] / О. Залетов // Вісник податкової служби України. – Режим доступу: <https://forinsurer.com/public/03/02/23/303>.
3. Мальська М. П. Міжнародний туризм і сфера послуг : підручник / М. П. Мальська, Н. В. Антонюк. – Київ : Знання, 2008. – 661 с.
4. Офіційне видання державної фіскальної служби України. Вісник «Офіційно про податки» [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://www.visnuk.com.ua/ua/pubs/id/8513>.
5. Страхування : підручник / за ред. В. Д. Базилевича. – Київ : Знання, 2008. – 1019 с.

ПРОБЛЕМИ ТА ШЛЯХИ ВДОСКОНАЛЕННЯ КАЗНАЧЕЙСЬКОГО ОБСЛУГОВУВАННЯ ДЕРЖАВНОГО ТА МІСЦЕВИХ БЮДЖЕТІВ УКРАЇНИ

**ПАЛАНИЧКО М., 2 курс (ОС «бакалавр») ФОФЕД ЧТЕІ КНТЕУ
спеціальність «Фінанси, банківська справа і страхування»,
спеціалізація «Державні фінанси»
наук. кер. Ковалевич Д.А.**

У статті визначено теоретичні основи вдосконалення казначейського обслуговування державного та місцевих бюджетів України. Розглянуто проблеми та шляхи вдосконалення казначейського обслуговування бюджетів. Проаналізовано роль і місце Державної казначейської служби України в бюджетному процесі. Показано та охарактеризовано проблеми функціонування системи казначейського обслуговування державного та місцевих бюджетів, запропоновано сучасні шляхи вдосконалення роботи органів казначейства.

The article defines the theoretical bases for improving the treasury service of the state and local budgets of Ukraine. The problems

and ways of improving treasury service budget are considered. The role and place of the State Public Service of Ukraine in the budget process is analyzed. The problems of functioning of the state-servicing system of state and local budgets offered by modern ways of improving the work of the Treasury bodies are shown and characterized.

Актуальність даної теми полягає в тому, що сьогодні одним із пріоритетних постає питання раціонального функціонування такої системи виконання державного та місцевих бюджетів, яка забезпечила б обґрунтоване та доцільне використання фінансових ресурсів країни. Одним із найактивніших учасників у процесі управління державними і регіональними фінансовими ресурсами завдяки використанню законодавчо прийнятих механізмів та процедур виконання державного і місцевих бюджетів відповідно до вимог бюджетного законодавства є органи Державної казначейської служби України.

Мета статті полягає у дослідженні проблем функціонування механізму казначейського виконання бюджетів, розробленні методів та пошуку шляхів удосконалення казначейського виконання державного та місцевих бюджетів, створення більш ефективної системи управління бюджетними коштами.

Об'єктом дослідження є процес казначейського обслуговування бюджетів.

Предметом дослідження є відносини, що виникають в процесі казначейського обслуговування бюджетів.

Питання казначейського обслуговування виконання державного та місцевих бюджетів висвітлювали у своїх працях Ю.М. Барський, І. Габа, О. Осадченко, О.В. Охрімівський, О.М. Фесик, К. Огданський, П. Петрашко, В. Стоян, Н. Сушко, О. Чечуліна, С. Юрій, С. Булгакова, Л. Ермоленко, Є. Галушка, Й. Хижник, О. Даневич, Д. Ротар, К. Павлюк, М. Мельник, А. Стовбчатий, Л. Гуцаленко, Р. Макуцький, О. Кіреєв, М. Мац та інші. Практичні аспекти казначейського обслуговування державного та місцевих бюджетів за доходами та за видатками потребують подальших досліджень, що пов'язано зі змінами законодавства та необхідністю його вдосконалення. Третьою стадією бюджетного процесу є виконання бюджету, що означає забезпечення надходження запланованих доходів до всіх ланок бюджетної системи та фінансування заходів, затверджених у бюджеті держави. Загальні положення організації виконання державного бюджету встановлені Бюджетним кодексом. Відповідно до статті 115 Конституції України і статті 47 Бюджетного кодексу [1]:

- Кабінет Міністрів України забезпечує і несе відповідальність за виконання державного бюджету;

- Міністерство фінансів України здійснює загальну організацію та управління виконанням державного бюджету України, координує діяльність учасників бюджетного процесу з питань виконання бюджету, здійснює прогнозування та аналіз доходів бюджету і має виняткове право надання відстрочок на сплату податків, зборів (обов'язкових платежів) на умовах податкового кредиту за поданнями органів стягнення на термін до трьох місяців у межах поточного бюджетного періоду.

Державна казначейська служба України веде бухгалтерський облік усіх надходжень. Органи стягнення забезпечують своєчасне та в повному обсязі надходження до державного бюджету податків, зборів (обов'язкових платежів) та інших доходів відповідно до законодавства.

Усі доходи державного бюджету зараховуються безпосередньо на єдиний казначейський рахунок державного бюджету України і не можуть акумулюватися на рахунках органів стягнення. Згідно з чинним законодавством, казначейське обслуговування бюджетних коштів передбачає:

- 1) розрахунково-касове обслуговування розпорядників і одержувачів бюджетних коштів, а також інших клієнтів відповідно до законодавства;

- 2) контроль над здійсненням бюджетних повноважень під час зарахування надходжень бюджету, взятті бюджетних зобов'язань розпорядниками бюджетних коштів та здійсненні платежів за цими зобов'язаннями;

- 3) ведення бухгалтерського обліку і складання звітності про виконання бюджетів із дотриманням Національних положень (стандартів) бухгалтерського обліку та інших нормативно-правових актів Міністерства фінансів України;

- 4) здійснення інших операцій з бюджетними коштами [2].

Діяльність Державної казначейської служби України полягає в тому, що вона забезпечує виконання державного бюджету через облік надходжень, податків, зборів та інших обов'язкових платежів і проведення видатків державного бюджету через оплату рахунків об'єктів господарської діяльності, які виконали роботи, надали послуги відповідним розпорядникам коштів.

Державне казначейство у своїй діяльності взаємодіє з органами законодавчої і виконавчої влади, національними і комерційними банками України, іншими учасниками бюджетного процесу та фінансовими інституціями. Воно виступає з'єднувальним ланцюгом у бюджетному процесі між органами виконавчої влади та установами банківської системи. Цей процес розпочинається з контролю за плановими показниками, що надходять від Міністерства фінансів та розпорядників бюджетних коштів (розпис доходів та видатків державного бюджету, кошториси та плани асигнувань), та закінчується складанням звітності після проведення процедур попереднього контролю перед здійсненням платежу.

Основними завданнями Казначейства України є:

- 1) внесення пропозицій щодо формування державної політики у сфері казначейського обслуговування бюджетних коштів;

- 2) реалізація державної політики у сфері казначейського обслуговування бюджетних коштів [3].

Державну казначейську службу України та її територіальні органи об'єднує централізована система, створена для ефективного управління доходами та видатками в процесі виконання бюджетів усіх рівнів, підвищення оперативності проведення видатків під час виконання державних програм, посилення контролю над надходженням та цільовим спрямуванням бюджетних коштів, підвищення дієвості бюджетної політики держави.

У роботі ДКСУ широко застосовуються інформаційні технології, які спрощують та прискорюють численні

процедурні моменти в процесі казначейського виконання державного бюджету. Під час його обслуговування реалізуються такі інформаційні процеси: опрацювання, обмін, накопичення та управління даними, а також формування звітів.

Сьогодні в системі казначейства України для обслуговування бюджетів діє програмний продукт – автоматизована система «Казна», що дає можливість спостерігати за рухом грошових коштів бюджетних установ. Одним із пріоритетних завдань, які стоять перед розробниками даного програмного продукту, є спрощення й уніфікація звітності з виконання бюджетів.

Але існують певні недоліки від вимушеного переведення всіх бюджетів на казначейське обслуговування:

- 1) зниження мобільності управлінської діяльності органів місцевого самоврядування;
- 2) посилення регламентованості та бюрократичності бюджетного процесу на первинному рівні;
- 3) блокування можливості застосування прогресивних технологій фінансового менеджменту – бюджетування, яке передбачає можливість оперативного переспрямовування руху фінансових потоків у рамках кожного окремого бюджету.

Перехід на казначейську систему обслуговування місцевих бюджетів вніс такі позитивні моменти у фінансову систему [5]:

- 1) модернізація методу перерахування коштів із рахунків бюджетів на рахунках розпорядників коштів;
- 2) розміщення бюджетних коштів на казначейських рахунках та їх акумуляція на єдиному казначейському рахунку дає змогу своєчасно виконувати видаткову частину бюджету;
- 3) концентрація дохідної і видаткової частини бюджетів надає можливість володіти повною, достовірною та оперативною інформацією;
- 4) формування органами Державної казначейської служби України достовірних звітів про виконання бюджетів усіх рівнів та зведеного бюджету України в цілому за результатами кожного звітного періоду.

Переваги казначейського обслуговування переконливо свідчать про те, що він є ефективним і доцільним. Але низку проблемних питань виявлено в ході казначейського обслуговування державного та місцевих бюджетів, які спонукають органів Державної казначейської служби України до необхідності вдосконалення та оптимізації процедур казначейського обслуговування бюджетів за доходами та видатками.

Під час казначейського обслуговування місцевих бюджетів існують такі проблемні питання, як:

- недостатність забезпечення матеріально-технічною базою (комп'ютерами, модемами тощо);
- значне збільшення навантаження на канали зв'язку, низький рівень охоплення районної ланки цифровими технологіями зв'язку;
- оптимізація системи «Клієнт – Казначейство». При цьому слід зазначити, що розроблення даного програмного забезпечення має враховувати специфіку казначейського обслуговування, тобто проведення попереднього та поточного контролю в процесі казначейського обслуговування місцевих бюджетів;
- відсутність чіткого розмежування повноважень та функцій між органами місцевого самоврядування й органами Державної казначейської служби України в процесі казначейського обслуговування місцевих бюджетів;
- територіальна віддаленість сільських та селищних бюджетів;
- оптимізація документообігу та скорочення обсягів робіт, що здійснюються в ручному режимі, тощо [6];
- неоптимальний перерозподіл бюджетних коштів між розпорядниками та одержувачами бюджетних коштів місцевих бюджетів, коли у однієї установи залишаються невикористанні кошти, і вона їх повертає до бюджету, а у другій утворюється кредиторська заборгованість;
- відсутня оперативність у роботі (значні затримки у фінансуванні видатків місцевих бюджетів, що перешкоджає ефективному вирішенню питань життєдіяльності громад; на перевірку кожного платіжного документа, що робиться вручну, витрачається біля 10–30 хв.;
- упродовж кількох днів клієнти не можуть уточнити проведений платіж; несвоєчасне отримання відпрацьованих документів із казначейства);
- низький рівень кваліфікації працівників ДКСУ, що зумовлено плінністю кадрів через незадовільний рівень оплати праці. Внаслідок цього управління вимушене приймати на роботу випускників ВНЗ, які після набуття досвіду фінансової роботи переходять до органів із вищим рівнем оплати праці [8].

Аналіз таких проблем дав змогу сформулювати основні напрями вдосконалення діяльності Державної казначейської служби України:

- 1) щоб уникнути проблеми, яка виникає у віддалених сільських та селищних пунктах, потрібно зробити виїздне робоче місце. Це дасть змогу ефективніше використовувати бюджетні кошти та задовольняти інтереси та потреби всіх учасників бюджетного процесу;
- 2) вдосконалення системи обміну інформацією між органами казначейства України та органами Міністерства фінансів;
- 3) розроблення рекомендацій щодо підвищення стимулів оплати праці у вигляді премій, відпусток, доплат;
- 4) підвищення оперативності в роботі органів казначейства України шляхом виділення додаткових асигнувань на покращення матеріально-технічної бази, запровадження автоматизації проведення перевірок за допомогою персональних ЕОМ, підвищення чисельності працівників органів ДКСУ та забезпечення підвищення їх кваліфікації;
- 5) залучення до системи казначейського обслуговування місцевих бюджетів поштових відділень, ураховуючи значну віддаленість деяких сільських і селищних рад від філій ДКСУ, що забезпечить уникнення непродуктивних видатків для відповідних рад (ця система ефективно функціонує у Франції).

Також потребують удосконалення та модернізації застарілі операційні системи та технологічна інфраструктура інформаційно-аналітичного забезпечення органів ДКСУ, оскільки існують ризики втрати

інформаційних та матеріально-технічних ресурсів, що перешкоджає вчасному виконанню місцевих бюджетів і створює загрозу функціонуванню системи ДКСУ загалом.

Окрім того, враховуючи досвід зарубіжних країн, зокрема Франції, доцільним є створення окремого казначейського банку, який поряд зі збиранням, розподілом і зберіганням бюджетних коштів братиме активну участь у фінансуванні економіки держави [8].

Головним у розв'язанні проблеми зміцнення фінансової незалежності місцевого самоврядування України є бюджетна децентралізація, високий рівень якої свідчить про демократизацію суспільства та ефективне використання коштів у загальнодержавному масштабі [9]. Нині місцеві органи влади попри низку позитивних змін ще не отримали достатньої автономії в ухваленні рішень. У сучасних умовах удосконалення системи ефективності формування доходів бюджету кожного регіону має проводитися за такими напрямками:

- надання більшої управлінської свободи місцевій владі, а саме органам місцевого самоврядування (громадам);
- створення дієвих механізмів перевірки якості надання місцевих послуг, через які центральний рівень міг би пересвідчуватися, що в делегованих функціях досягнуто очікуваних показників успішності та дотримано національних стандартів якості;
- здійснення моніторингу доходів місцевих бюджетів на всіх стадіях бюджетного процесу із застосуванням аналізу, аудиту й проведення постійного контролю над справами податків, зборів і обов'язкових платежів та мобілізацією доходів відповідно до визначених планових показників на бюджетний рік;
- своєчасне реагування на стан виконання дохідної частини бюджету, її формування у поточному році дасть можливість підготувати ефективну та ґрунтовну базу для планування показників податків, зборів і обов'язкових платежів на наступний рік і не допустити недоліків минулих років у наступних бюджетних процесах;
- запровадження планування місцевих бюджетів на середньострокову перспективу;
- посилення інвестиційного складника місцевих бюджетів [10].

Місцеві органи влади і держава, проводячи бюджетну політику, повинні оптимально поєднувати інтереси суспільства, окремих територій, підприємств і громадян. Визначальним має бути збалансований розвиток приватних і державних інтересів у бюджетній політиці.

Отже, можна зробити висновок, що в Україні рівень прозорості та достовірності бюджетного процесу далекий від ідеального. Відсутній злагоджений механізм правового регулювання, наслідками цього є розпорошеність, відсутність організованості в роботі органів управління, функції кожного органу державної влади регламентуються в законодавстві недостатньо чітко. Чинне законодавство постійно потерпає від змін і доповнень, що підтверджує його недосконалість. Органи державної влади безупинно змінюють свої склад та структуру, це є політичною проблемою, що значною мірою віддзеркалюється на економіці.

Задля виходу України з тривалої фінансової, політичної та економічної кризи та посилення впливу бюджету на процес формування ринкових відносин потрібен налагоджений та чіткий розподіл повноважень та обов'язків державних органів влади. Вкрай важливо, щоб органи бюджетного процесу стабілізували фінансову політику держави, адже нескінченні політичні протиріччя призводять до дефіциту зведеного бюджету. Функціонування Державної казначейської служби України в умовах виходу України з кризи дає можливість зробити процес виконання бюджету ефективнішим, на підставі чітко визначених обсягів реальних потреб найраціональніше проводити використання бюджетних ресурсів та ресурсів державних цільових фондів, забезпечуючи прозорість їх руху.

Для оптимізації роботи стрижневого елемента фінансової системи суспільства, через який можна виявити проблеми формування та ефективного використання бюджетних коштів, необхідно: забезпечити формування системної і завершені нормативно-законодавчої бази функціонування казначейської системи; провести функціональну перебудову казначейства; вдосконалити інформаційні технології та створити електронні канали зв'язку; забезпечити професійну підготовку та підвищення кваліфікації працівників казначейства. Такі рушійні зміни є вкрай необхідними й актуальними, їх забезпечення призведе до оздоровлення економіки та стане надійною запорукою якісного контролю над використанням бюджетних ресурсів.

Список використаних джерел:

1. Бюджетний кодекс України [Електронний ресурс] – від 8 липня 2010 року: офіц. текст станом на 11 жовтня 2018 р.. Режим доступу: <http://zakon.rada.gov.ua/laws/sh-ow/2456-17>.
2. Науково-практичний коментар до Бюджетного кодексу України / За заг. ред. Ф.О. Ярошенка. – К. : Зовнішня торгівля ; УДУФМТ, 2010. – 243 с.
3. Положення про Державну казначейську службу України : Указ Президента України від 15 квітня 2015 р. № 215. [Електронний ресурс]. – Режим доступу : http://pidruchniki.com/1029022846097/ekonomika/kaznacheyiske_obsługovuvannya_byudzhethih_koshtiv.
4. Фесик О.М. Вдосконалення казначейського обслуговування місцевих бюджетів за доходами / О.М. Фесик, І.А. Зав'ялова [Електронний ресурс]. – Режим доступу : www.intkonf.org.
5. Душина О. Казначейське обслуговування Державного бюджету України: реалії та шляхи вдосконалення // Управління розвитком. – 2012. – № 17. – С. 67–68.
6. Скоропад І.С., Макалюк І.В. Шляхи вдосконалення казначейського обслуговування місцевих бюджетів за видатками / І.С. Скоропад, І.В. Макалюк // Науковий вісник НЛТУ України. – 2011. – № 21(3). – С. 257–263.
7. Чолач С.С. Удосконалення механізму управління коштами місцевих бюджетів України в умовах децентралізації влади / С.С. Чолач [Електронний ресурс]. – Режим доступу : <http://www.economy.nayka.com.ua>.
8. Чолач С.С. Удосконалення механізму управління коштами місцевих бюджетів України в умовах децентралізації влади / С.С. Чолач [Електронний ресурс]. – Режим доступу : <http://www.economy.nayka.com.ua>.
9. Щербань О.Д. Напрями удосконалення формування доходів місцевих бюджетів / О.Д. Щербань // Вісник економіки транспорту і промисловості. – 2013. – № 41. – С. 74–79.

КОНТРОЛЬ ВИКОРИСТАННЯ ФІНАНСОВИХ РЕСУРСІВ ДЕРЖАВИ З БОКУ КАЗНАЧЕЙСТВА УКРАЇНИ ТА ШЛЯХИ ЙОГО ВДОСКОНАЛЕННЯ

ПЕТРУШКО К., БЛИЗНЮК Л., 4 курс (ОС «бакалавр») ФОФЕД ЧТЕІ КНТЕУ
спеціальність «Фінанси, банківська справа та страхування»,
спеціалізація «Державні фінанси»
наук. кер. Юрій С.М.

Стаття присвячена розкриттю сутності та значення Державної казначейської служби України в управлінні фінансовими ресурсами держави. Проведено аналіз виконання Державного бюджету України в розрізі доходних джерел та напрямів витрачання коштів. Наведено необхідність доопрацювання напрямів функціонування Казначейства України щодо контролю руху бюджетних коштів.

The article is devoted to the disclosure of the essence and significance of the State Treasury Service of Ukraine in the financial management resources of the state. The State Budget analysis of implementation in terms of income sources and directions of spending money has been carried out. The elaboration necessity of directions and functioning of the Ukraine Treasury of control over movement of budget funds is presented.

Виникнення казначейства було пов'язане із необхідністю управління фінансовими ресурсами держав для виконання відповідних функцій. Адже система казначейства забезпечує акумулювання фінансових ресурсів на єдиному казначейському рахунку, певну ефективність управління державними коштами, контроль, прозорість та цільове використання бюджетних коштів. Власне від сутності такої системи управління багато в чому залежить оборотність фінансових ресурсів, своєчасне і раціональне фінансування державних програм, фінансування функцій держави.

Вагомий внесок в дослідження даного питання присвячені праці таких вчених як А. Василика, М. Альєра, О. Барановського, М. Безгубенка, Н. Сушко, Т. Нестеренко. С. Юрія та інших. Високо оцінюючи внесок зазначених науковців щодо дослідження Казначейської системи України, ми погоджуємось з думкою, що все ще не вирішеними залишаються проблеми, пов'язані з відсутністю ефективних механізмів управління фінансовими ресурсами в умовах їх обмеженості.

Фінансовий контроль є особливим видом контролю, який має складну структуру та особливих суб'єктів здійснення, що і викликає неоднозначність його трактування та розуміння. При цьому, за своєю сутністю фінансовий контроль являє собою комплекс заходів, які здійснюються державою з метою успішного досягнення, перш за все, таких, поставлених у сфері фінансових відносин, цілей: правильне і ефективне використання публічних грошових фондів; своєчасне і повне виконання публічних фінансових зобов'язань; правильне здійснення відповідних фінансових операцій; виявлення і усунення порушень фінансового законодавства; запобігання порушенням у сфері фінансової діяльності, виявлення винних осіб і притягнення їх до відповідальності тощо [4].

При цьому суть казначейського контролю, як виду фінансового контролю полягає в здійсненні уповноваженими суб'єктами органів Державної казначейської служби України контролюючих дій з метою визначення фактичної відповідності законодавству певної діяльності чи фінансових операцій, реалізації визначених повноважень або угод, пов'язаних з надходженням чи використанням коштів в ході виконання бюджетів [4].

Аналіз практики функціонування казначейських систем у розвинених демократичних зарубіжних країнах свідчить, що органи казначейства не наділені широкими контрольними повноваженнями в бюджетному процесі на місцевому рівні. Це зумовлюється двома основними чинниками: по-перше, значно вищим рівнем фінансової незалежності органів місцевого самоврядування; по-друге, розвиненістю муніципального та громадського контролю за формуванням і використанням фондів суспільних фінансових ресурсів [2].

На сьогодні Державна казначейська служба України – єдиний орган, на який покладено обслуговування виконання бюджетів. Проаналізуємо стан дохідної та видаткової частини державного бюджету за 2017-2018 рр. (рис. 1).

Таблиця 1

**Видатки та доходи Державного бюджету України за 2017-2018 рр.
за функціональною класифікацією**

Показник	Період (_млн грн)		Відхилення, +/- (млн грн)	Темп зростання, %
	Станом на 01.01.2017	Станом на 01.01.2018		
1	2	3	4	5
ДОХОДИ				
Податкові надходження				
Збір ПДВ	434 041	506 168	72 127	116,6
ПДФО	75 033	91 124	16 091	121,4
Акцизний податок	108 293	124 104	15 811	114,6
Податок на прибуток підприємств	66 912	82 327	15 415	123,0
Ввізне мито	23 898	28 077	4 179	117,5
Інше	5 535	9 049	3 514	163,5
Неподаткові надходження				
Надходження від НБУ	44 379	50 549	6 170	113,9
Надходження бюджетних установ	35 528	52 619	17 091	148,1
Доходи від державних підприємств (окрім НБУ)	27 175	40 123	12 948	147,6
Адміністративні збори і платежі	10 438	15 311	4 873	146,7
Інше	10 883	12 784	1 901	117,5
Усього	128 402	171 387	42 985	133,5

ВИДАТКИ				
Пенсії	133 459	150 091	16 632	112,5
Освіта	41 140	44 323	3 183	107,7
Відсотки за запозиченнями	110 456	115 431	4 975	104,5
Соц.захист	11 020	13 775	2 755	125
1	2	3	4	5
Медицина	16 729	22 618	5 889	135,2
Збройні сили	74 346	97 024	22 678	130,5
Правоохоронні органи	87 845	116 876	29 031	133,0
Чинівницький апарат	31 991	47 519	15 528	148,5
Транспорт	20 575	27 952	7 377	135,9
Інші галузі економіки	12 587	18 447	5 860	146,6
Культура та спорт	7 898	10 107	2 209	128
Комунальне господарство	17	297	280	1747
Сільське господарство	11 072	13 757	2 685	124,2
Охорона довкілля	4 740	5 241	501	111
Паливно-енергетичний комплекс	2 765	3 444	679	125
Усього	566 641	686 902	120 261	121,2

Джерело: складено авторами на основі [5].

За даними табл. 1 ми можемо бачити стрімке збільшення в 2018 р. обсягів дохідної та видаткової частин державного бюджету України. Це вимагає від Державної казначейської служби України заходів контролю щодо процесів формування та використання державних фінансових ресурсів.

Так, податок на доходи фізичних осіб збільшилось майже на 22%, а ввізне мито на 17,5% порівняно з 2017 р.; збір ПДВ зріс на 16,6% – з 434 041 млн грн у 2017 р. до 506 168 млн грн; обсяги збору акцизного податку, своєю чергою, збільшилися на 14,6%; на 6 170 млн грн виросли надходження від НБУ, які в 2017 р. становили 44 379 млн грн, а в 2018 році – 50 549 млн грн; збільшились надходження бюджетних установ на 48,1% у 2018 р. порівняно з попереднім періодом; доходи державних підприємств у 2018 р. становили 40 123 млн грн, збільшившись на 47,6%; обсяги надходжень у вигляді податку на прибуток збільшилися на 23% у 2018 р.; адміністративні платежі та збори збільшилися майже на 47% і становлять у 2018 р. 15 311 млн грн.

Щодо видаткової частини бюджету, то її показники характеризувалися такими змінами: найбільше збільшився в 2018 р. такий показник, як комунальне господарство з 17 млн грн в 2017 р. до 297 млн грн в 2018 р.; збільшилися також відсотки за запозиченнями, видатки на соціальний захист, збройні сили та охорону довкілля; видатки на пенсійне забезпечення зросли з 133 459 млн грн до 150 091 млн грн. Спостерігались також зміни інших показників. Так, видатки на освіту збільшилися в 2018 р. лише на 7,7%; на медицину зросли на 5 889 млн грн у 2018 р. порівняно з 2017 р.; на паливно-енергетичний комплекс збільшилися на 25%; на чинівницький апарат збільшилися майже на 50%; на культуру та спорт у 2018 р. видатки зросли на 28% порівняно з 2017 р. Такі позитивні зміни в статтях державного бюджету України вимагають посилення ролі ДКСУ щодо контролю стану доходів і видатків. Однак існує низка проблем, пов'язаних із відсутністю правильних механізмів управління фінансовими ресурсами держави. Вони насамперед стосуються впровадження механізму взаємодії всіх учасників бюджетного процесу; чіткого розподілу фінансових і інформаційних потоків між ДКСУ та іншими учасниками бюджетного процесу; вдосконалення методів казначейського обслуговування бюджету, створення динамічної системи моніторингу, обліку цільового використання коштів, зростання витрат на державне управління і таке інше [3].

На нашу думку покращити контроль за використанням фінансових ресурсів держави з боку Державної казначейської служби України можна шляхом:

- 1) встановлення чіткого розподілу функцій та повноважень між органами Державного казначейства та фінансовими органами;
- 2) вдосконалення системи обміну інформацією між органами Державної казначейської служби України та органами Міністерства фінансів;
- 3) перегляд питань оплати праці працівників ДКСУ, враховуючи виконувану ними контрольну функцію;
- 4) покращення матеріально-технічної бази, запровадження автоматизації проведення перевірок.

Також потребують вдосконалення та модернізації застарілі операційні системи та технологічна інфраструктура інформаційно-аналітичного забезпечення органів ДКСУ, оскільки існують ризики втрати інформаційних та матеріально-технічних ресурсів, що перешкоджає вчасному виконанню місцевих бюджетів і створює загрозу функціонуванню системи ДКСУ загалом [1, с. 25]. Крім цього, вважаємо, доцільним є створення окремого казначейського банку, який поряд із збиранням, розподілом і зберіганням бюджетних коштів братиме активну участь у фінансуванні економіки України.

Таким чином, проведене дослідження дало змогу зробити висновки про необхідність посилення ролі і значення Державної казначейської служби України в контролі стану доходів і видатків у світлі позитивного зростання показників державного бюджету України. Необхідно вдосконалити нормативно-правову базу, покращити матеріально-технічне забезпечення та створити казначейський банк для більш повного контролю за фінансовими ресурсами держави.

Список використаних джерел:

1. Костенко О. Актуальні питання розвитку інформаційних технологій в Держказначействі // Казна України. -2017. - №1(4). - С. 24-25
2. Місцеві фінанси : підручник / за ред. О. П. Кириленко. - К. : Знання, 2015. - 677 с.
3. Питання контролю виконання бюджетного законодавства органами казначейства [Електронний ресурс]. - Режим

доступу: <https://i-conference.jimdo.com>

4. Теленик С.С. Особливості казначейського контролю у сфері виконання місцевих бюджетів в Україні [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://www.nbuu.gov.ua/e-journals/FP/2011-1/11tccbvu.pdf>.

5. Ціна держави [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://cost.ua/budget/expenditure/>.

ОСОБЛИВОСТІ РОЗВИТКУ СТРАХУВАННЯ ПРОФЕСІЙНОЇ ВІДПОВІДАЛЬНОСТІ В УКРАЇНІ

**ПОПОВА Е., 3 курс (ОС «бакалавр») ФОФЕД ЧТЕІ КНТЕУ
спеціальність «Фінанси, банківська справа та страхування»
наук. кер. Каспрук А.Ю.**

В статті проаналізовано сучасний стан ринку страхування відповідальності в Україні. Проведено узагальнення особливостей та характеристики страхування даного виду ринку та поширення страхування професійної відповідальності на страховому ринку України.

The article analyzes the current state of the insurance liability market in Ukraine. A generalization of the features and characteristics of the insurance of this type of market and the spread of insurance of professional liability in the insurance market of Ukraine.

У сучасних умовах значних економічних трансформацій в Україні поступово змінюють підхід і ставлення до страхування. Усвідомлюється необхідність страхування як елемента повноцінного функціонування економічної системи, як засобу захисту майнових інтересів юридичних і фізичних осіб. Дослідження умов страхування професійної відповідальності визначається як науковими, так і практичними міркуваннями, оскільки суспільство потребує впорядкованості й передбачуваності відносин у різних сферах життєдіяльності. Актуальною передумовою поширення страхування відповідальності при здійсненні професійної діяльності виступає поява нових для економіки нашої країни видів професійної діяльності: ріелторів, аудиторів, оцінювачів, нотаріусів, адвокатів, а також їх персональна відповідальність, медичних працівників, інших виготовлювачів продукції, виконавців робіт, послуг в умовах приватної власності та підприємництва. Всі види професійної діяльності є невід'ємними аспектами соціально-економічних відносин, отже з'явилась низка питань щодо вдосконалення правового регулювання професійної відповідальності осіб, які здійснюють професійну діяльність; здійснення страхування професійної відповідальності стосовно захисту майнових інтересів вигодо набувачів і страхувальників за договором страхування професійної відповідальності; визначення мети й місця цього виду страхування серед інших його видів.

Об'єктом дослідження є страховий ринок України. Предметом дослідження є розвиток страхування професійної відповідальності в Україні.

Мета статті полягає в узагальненні особливостей страхування професійної відповідальності, характеристики основних видів страхування професійної відповідальності та обґрунтуванні необхідності її застосування на страховому ринку України.

Методологічна база роботи висвітлена у працях вітчизняних та іноземних науковців, які займалися дослідженням страхування професійної відповідальності, питанням їхньої сутності та особливості здійснення, принципів та умов страхування професійної відповідальності та дослідження аналізу досвіду зарубіжних країн щодо здійснення окремих видів страхування відповідальності, зокрема : Архіпова А., Бакаянної Б., Балашової Л., Базилевича В., Воблого К., Гомелля В., Дюжікова Е., Райхера В., Архіпова А., Бакаянної Б., Балашової Л., Базилевича В., Воблого К., Гомелля В., Дюжікова Е., Райхера В., Грищенко Н., Дрозд І., Пікуса Р., Клоченко Л., Шумелди Я.

Але незважаючи на попередні дослідження, в сучасній науковій літературі не достатньо розроблена проблема розвитку страхування професійної відповідальності як форми захисту фінансових інтересів страхувальника. Багато теоретичних питань, що стосуються організації та здійснення даних страхових відносин, потребують вивчення та вироблення практичних рішень і рекомендацій. Роботи, що зачіпають страхування відповідальності при здійсненні професійної діяльності, представлені одиничними публікаціями за вузькими питаннями страхування в деяких видах професійної діяльності. Цілісні теоретичні, методологічні та аналітичні дослідження такого страхування на даний час в Україні відсутні. Недостатня теоретична і практична розробленість проблеми страхування професійної відповідальності визначили необхідність і актуальність теми дослідження.

Можемо відзначити, що до кінця ХХ-го століття на українському страховому ринку практично не були представлені види страхування відповідальності, які широко практикуються в більшості країн світу. Якщо на початку реформування української економіки акцент у розвитку нових професійних груп (і професій) був зроблений на їхньому кількісному аспекті, то в даний час вони вимагають якісної зміни, в тому числі стандартизації їх діяльності та захисту їх клієнтів від збитків, заподіяних внаслідок такої діяльності. Страхування професійної відповідальності динамічно розвивається в багатьох країнах світу. Згідно з вимогами Закону України «Про страхування» № 85/96 ВР від 7 березня 1996 р. (далі – Закон), страхування професійної відповідальності осіб, діяльність яких може заподіяти шкоду третім особам, має здійснюватися в обов'язковій формі за переліком, установленим Кабінетом Міністрів України [1]. З 1996 р. перелік таких осіб не розроблювався і не прийнявся, що свідчить про нагальність потреби удосконалити правове регламентування страхування професійної відповідальності, яке, у свою чергу, дозволить вирішити багато питань що виникають на практиці при його здійсненні.

Професійна відповідальність (Professional Indemnity) – це майнова відповідальність спеціалістів різних професій, недостатня кваліфікація, помилки та упущення яких внаслідок необачності чи недбалості можуть спричинити шкоду клієнтові [2].

Страхування професійної відповідальності здійснюється на випадок виникнення будь-яких упущень, недоглядів, необережності і т.п. особи, що займається професійною діяльністю. При цьому маєтеся на увазі, що ця особа володіє необхідною компетенцією для заняття даним видом діяльності і висуваються до

своїх обов'язків сумлінно, виконуючи всі вимоги, що пред'являються до даної професії. Підтвердженням рівня кваліфікації особи, що займається професійною діяльністю, є наявність у неї сертифікатів, дипломів або інших документів, що підтверджують її професійне вміння. Залежно від роду діяльності особи певної професії може бути завдано шкоди здоров'ю іншої особи, матеріальний (фінансовий) або моральний збиток.

Отримавши теоретичне осмислення і практичне поширення в країнах постіндустріального розвитку, страхування відповідальності при здійсненні професійної діяльності стало невід'ємним фактором стійкості в соціальних та економічних процесах їх систем і нормою повсякденної діяльності кваліфікованих фахівців. Розвиток такого страхування в Україні супроводжується наявністю вітчизняних проблем: незавершеністю процесів формування та ринкового механізму економіки і страхування; низьким рівнем використання споживачами своїх прав при заподіянні їм шкоди та відстоювання своїх інтересів у судовому порядку; незнання і нерозуміння фахівцями механізмів страхового захисту їх відповідальності та іншими факторами, в результаті чого страждають інтереси і кожного споживача (клієнта, пацієнта), та професійної особи. Даний напрямок страхування отримав широкий розвиток в країнах з розвинутою ринковою економікою. Страхування професійної відповідальності стало не тільки важливою складовою галузі "страхування відповідальності", але й ефективним методом підтримки підприємців усіх організаційно-правових форм власності, гарантом їх фінансової стійкості і стабільного розвитку економіки.

Для визначення особливостей страхування професійної відповідальності доцільно визначити сутність професійної відповідальності. Будь-яка діяльність характеризується її результативністю, при недосягненні або неповному досягненні цілей якої виникають підстави для відповідальності або у вузькому значенні – при отриманні негативних результатах такої діяльності.

Для страхування професійної відповідальності необхідними умовами виступають наявність заданих цілей, засобів і результатів професійної діяльності, їх параметри, та суспільної оцінки результатів такої діяльності. Проаналізувавши сутність професійної відповідальності, можна сказати, що професійна відповідальність – це застосування до суб'єкта, який здійснює професійну діяльність, заходів і санкцій у разі отримання ним негативного результату такої діяльності, у тому числі заподіяння шкоди по відношенню до третьої особи: держави, організації, індивіду.

Ознаками "професійної відповідальності" при здійсненні професійної діяльності виступатимуть наступні:

1. Наявність у таких осіб певного ступеня кваліфікації, професійної освіти та/або професійної підготовки економічного, юридичного, медичного, технічного і іншого профілю;
2. Отримання негативних результатів (заподіяння шкоди) в результаті її здійснення;
3. Наявність суспільного значення (цінності) і можливість громадської оцінки результату такої діяльності;
4. Економічна оцінка наслідків такого результату у формі доходу, ефекту, збитків і т.п. ;
5. Застосування до особи – суб'єкту такої діяльності – заходів і санкцій, спрямованих на компенсацію втрачених благ. Проявом професійної відповідальності є фінансові результати – збитки, додаткові витрати, що вимагають механізмів та джерел їх компенсації [3].

У Законі України "Про страхування" серед довгого списку обов'язкових видів значиться і "обов'язкове страхування професійної відповідальності осіб, діяльність яких може заподіяти шкоду третім особам", за переліком, встановленим Кабінетом Міністрів України [1]. У той же час конкретний перелік таких професій Кабінет Міністрів України окремим актом все ще не визначив. До цього часу існує тільки проект цього Переліку. Страхувати свою професійну відповідальність бажано тим компаніям і підприємцям, бізнес яких несе особливі ризики для їх клієнтів, наприклад, є ймовірність нанесення шкоди здоров'ю та життю або майнових втрат (лікарі, архітектори, туроператори). Однак спостерігаємо негативну тенденцію, бо навіть ці компанії намагаються заощадити на страхуванні. Якщо у випадку з митними брокерами та нотаріусами поліс купується для "галочки" з єдиною метою отримати ліцензію, то ті особи, які без примусу купують страхову послугу, розглядають його як рекламний елемент. Відповідно, договори на страхування професійної відповідальності укладаються з мінімальними лімітами відповідальності, а значить, і з мінімальним страховим платежем. Винятком можуть бути хіба що великі компанії, яким поставили вимогу про відповідне страховому покритті зарубіжні партнери.

Найпоширенішим є страхування відповідальності для наступних категорій фахівців: адвокатів та юридичних компаній; аудиторів та аудиторських компаній бухгалтерів; приватних лікарів та медичних установ; ріелторів та ріелторських компаній; нотаріусів; оцінювачів та оцінювальних компаній; проектних організацій, архітекторів, дизайнерів; митних брокерів; охоронних організацій, тощо.

Розглянемо страхування професійної відповідальності різних фахівців в табл.1., в якій висвітлено страхові випадки, в разі настання яких може виникнути відповідальність фахівця.

Таблиця 1

Характеристика різних видів страхування професійної відповідальності

Фахівець	Страхові випадки
Аудитор/ бухгалтер	☐ не виявлення порушень встановлених правил оформлення та складання бухгалтерських та інших документів, а також невідповідності їх змісту законодавству України; ☐ порушення правил ведення обліку та складання звітності, нарахування та сплати податків та інших обов'язкових платежів тощо.
Архітектор	☐ помилковий вибір розрахункових навантажень, правил і норм проектування; ☐ прорахунок та помилка при використанні правил і норм проектування чи проведенні інженерних розрахунків; ☐ інші помилки при складанні планів, специфікацій та проектно-технічної документації.

Нотаріус	☐ нотаріус не попередив клієнта про наслідки вчинених нотаріальних дій і юридична непоінформованість завдала клієнтові шкоду; ☐ нотаріус не зберіг в таємниці конфіденційну інформацію, що стала йому відома у зв'язку зі здійсненням його професійної діяльності; ☐ нотаріус завдав матеріальної шкоди клієнтові внаслідок допущеної ним при здійсненні нотаріальної дії ненавмисної помилки; ☐ нотаріус завдав третім особам шкоди внаслідок втрати документів, які знаходились у його розпорядженні та належали третім особам.
Оцінювач	☐ використання невірно обраного стандарту оцінки вартості об'єкту; ☐ ненавмисна помилка при вимірюваннях та розрахунках; ☐ інші помилки, упущення, що призвели до невірної оцінки;
Лікар	☐ заподіяння шкоди здоров'ю пацієнта в результаті ненавмисної помилки страхувальника (застрахованої особи) при встановленні діагнозу; ☐ заподіяння шкоди здоров'ю пацієнта в результаті ненавмисної помилки страхувальника (застрахованої особи) при проведенні курсу лікування; ☐ смерть пацієнта в результаті ненавмисної помилки страхувальника (застрахованої особи); ☐ інші варіанти прояви страхового ризику.
Юрист	☐ неповне або невірне консультування з правових питань; ☐ помилка при складанні документів правового характеру; ☐ помилка при представленні інтересів третіх осіб в органах державної влади, місцевого самоврядування, судових органах тощо.

Джерело: Складено авторами на основі [4,5]

Страхування професійної відповідальності – це страхування, де об'єктом страхування виступає відповідальність перед третіми особами (громадянами та господарючими суб'єктами) внаслідок якої-небудь дії або бездіяльності страхувальника. Страхування професійної відповідальності передбачає можливість при заподіянні шкоди як здоров'ю, так і майну третіх осіб в силу закону або за рішенням суду здійснювати відповідні виплати, що компенсують заподіяну шкоду. Результатом настання та визнання страхового випадку за договором страхування професійної відповідальності є прийняття рішення страховиком щодо здійснення виплати страхового відшкодування або відмови у виплаті страхового відшкодування.

Умови страхування визначаються в договорі, та відповідно до законодавства, в ньому повинні бути розкриті в обов'язковому порядку такі суттєві елементи:

- об'єкт страхування або застрахована особа (в залежності від виду страхування);
- перелік ризиків, які приймає на себе страхова організація;
- розмір страхової суми;
- термін дії договору.

В Україні вартість поліса страхування професійної відповідальності становить від 0,2% до 8% страхової суми, в більшості випадків – 0,5-3%, що наведено в табл. 2.

Є декілька причин цього, розмір страхового платежу залежить від умов (страхова сума, франшиза, покриття), від бізнесу клієнта (виду діяльності, наданих послуг, досвіду роботи, кількості працівників, які залучаються для здійснення основної діяльності, обороту компанії), а також від історії збитків. Страховий тариф залежить від виду професійної діяльності, обсягів надання послуг, кваліфікації та других факторів.

Таблиця 2

Страхові тарифи зі страхування професійної відповідальності страховими компаніями України

Страхова компанія	ПРАТ СК "Провідна"	НАСК "Оранта"	ПРАТ СК "АРМА"	ПРАТ СК "HDI страхування"
Тариф	0,05% – 5 % від загального ліміту відповідальності	0,3% – 8% страхової суми	0,25 % - 1,5 % страхової суми	0,35 % – 2,0 % страхової суми.

Джерело: складено на основі даних страхових компаній України [6].

Введення страхування професійної відповідальності як інструменту ринкового регулювання окремих галузей економіки передбачає проведення страховою компанією незалежної експертизи перед прийняттям ризиків щодо страхування. Це дозволить більш ретельно контролювати якість послуг, що надаються, а також змусить представників окремих видів діяльності підвищувати рівень професіоналізму, щоб відповідати вимогам страхової компанії.

Страхування професійної відповідальності набуває все більшої популярності в Україні, що є достатньо передбачено, оскільки цей вид страхування забезпечує і самого застрахованого, і осіб, які при купівлі товарів, робіт та послуг у даної застрахованої особи, будуть більш впевнені у його компетенції та забезпечені у разі помилки в роботі. Можемо говорити не тільки про високу соціальну значущість страхування професійної відповідальності, а й про можливість використання даного інструменту в системі державного економічного регулювання.

Отже, страхування відповідальності є механізмом, що гарантує потерпілому відшкодування шкоди і матеріальну стабільність особі, яка завдала збитків.

Список використаних джерел:

1. Про страхування: Закон України від 07.03.1996 № 85/96-ВР [Електронний ресурс] // Верховна Рада України: [сайт]. – Режим доступу: <http://zakon1.rada.gov.ua/laws/show/85/96-%D0%B2%D1%80>.
2. Страхування: [практикум] / В.Д. Базилевич, Р.В. Пікус, К.С. Базилевич, В.А. Кравченко та ін.; за ред. В.Д. Базилевича. – К.: Знання, 2011. – 607 с.
3. Борисова В. І. Цивільне право України: Підручник: у 2 т / В. І. Борисова, Л. М. Баранова, І. В. Жилінкова та ін. – К. : Юрінком Інтер, 2007– . – 2007. – Т. 1. – 480 с.

4. Дорош Н.А. Страхування професійної відповідальності аудиторів / Н. Дорош // Вісник Київського національного університету ім. Т. Шевченка. Економіка. – 2008. – № 101. – С. 29-31.
5. Дрозд І.М. Особливості страхування професійної відповідальності / І.М. Дрозд // Університетські наукові записки. – 2006. – №2 (18). – С. 367-370.
6. Міністерство фінансів України [Електронний ресурс] /– Режим доступу: <https://minfin.com.ua/insurance/all>.

СУТНІСТЬ ТА ПРИЧИНИ УТВОРЕННЯ ДЕРЖАВНОГО БОРГУ
РОМАНОВ О., ШВЕД М., 4 курс (ОС «бакалавр») ФОФЕД ЧТЕІ КНТЕУ
спеціальність «Фінанси і кредит»,
спеціалізація «Державні фінанси»
наук. кер. Юрій С.М.

Стаття присвячена дослідженню сутності державного боргу та причин його утворення. Проаналізовано сутність державного боргу та здійснено класифікацію державних боргів. Розглянуто основні функції державного боргу. Розкрито причини утворення державного боргу. Охарактеризовано фактори впливу на формування державного боргу.

The article is devoted to the study of national debt and the reasons for its formation. The peculiarities of the national debt are reviled. The classification of national debts is carried out. The main functions of national debt are outlined. The reasons of the formation of national debt formation are revealed. The factors influencing the formation of national debt are described.

Актуальність даної теми полягає в тому, що проблема управління державним боргом на сьогоднішній день відіграє вирішальну роль у розвитку державної економіки. Більше того, наразі в умовах фінансово-економічної кризи, державний борг України продовжує неухильно зростати. Наразі дослідження сутності та основних причин утворення державного бюджету має провідне значення, адже надмірне зростання державного боргу здійснює негативний вплив на економіку країни й може призвести до серйозних наслідків.

Метою статті є розкриття сутності державного боргу та виявлення причин його утворення.

Об'єктом дослідження є державний борг, його сутність та причини утворення.

Предметом дослідження є фінансові відносини, що виникають між державою та іншими суб'єктами економіки, в процесі залучення, розподілу, використання та погашення боргу.

Значний внесок у дослідження сутності та причин виникнення державного боргу зробили такі зарубіжні та вітчизняні вчені: В.Д. Базилевич, О.І. Барановський, Л.О. Баластрик, З.І. Ватаманюк, Т.П. Вахненко, Г.Л. Вознюк, Н.І. Дубницька, А.Г. Загородній, Н.В. Зражевська, Т.С. Смовженко, Л.М. Капаєва, Г.В. Кучер, М.С. Лях, І.О. Лютий, В.В. Панченко, С.М. Панчишин, О.О. Присяжнюк, С.К. Ревенчук, П.С. Єщенко, Р. Макконелл, С. Брю та інші. Однак, не дивлячись, на значні наукові напрацювання у вивченні проблеми державного боргу, аналіз останніх публікацій переконливо свідчить про необхідність подальшого вивчення даної проблеми.

Виклад основного матеріалу. Відомо, що наразі єдиного трактування даного поняття досі немає. Так, наприклад, у ст. 2 Бюджетного кодексу України наведено таку дефініцію вказаного явища: «державний борг – загальна сума боргових зобов'язань держави з повернення отриманих та непогашених кредитів (позик) станом на звітну дату, що виникають внаслідок державного запозичення» [2].

На думку О. С. Новосолової, державний борг – це «сума фінансових зобов'язань сектора загального державного управління за випущеними і непогашеними позиками та кредитами, а також за гарантованими активами у кожний конкретний період часу» [9, с.172-173]. Більше того, вчена наголошує, що важливо розглядати державний борг як білатеральне явище, тобто як водночас позитивне, так і негативне явище, оскільки державний борг здійснює неоднозначний вплив на стан економіки в різних умовах. Дане явище – це різнопланова категорія, об'єктивно оцінити яку можливо лише за умови розгляду наслідків його на економіку країни в кожному окремому випадку [9, с. 172].

В свою чергу В. О. Заграй тлумачить державний борг як «сукупність зобов'язань органів державної влади всіх рівнів перед нерезидентами за непогашеними позиками та нарахованими відсотками, а також зобов'язань підприємств, гарантованих органами державної влади» [6, с. 256].

С. М. Жиленко стверджує, що державний борг – це рух «позикових капіталів та перерозподіл ВВП у результаті кредитних відносин між державою та її кредиторами з приводу залучення, використання та погашення заборгованості за усіма емітованими, але не погашеними позиками у формі боргових цінних паперів або позик, залучених на основі угод, а також сума зобов'язань підприємств, яку держава муситиме сплатити як гарант у випадку їх неспроможності» [4, с. 256].

Таким чином, ми вважаємо, державний борг є важливою складовою державної економіки. Однак, варто пам'ятати, що державний борг – це суперечливе явище, що може призвести як до позитивних, так і до негативних наслідків. Ми вважаємо, що сутність державного боргу найбільш повно ілюструє визначення запропоноване І. І. Легкоступ та Х. В. Євчук. Ми приєднуємося до думки науковців, які пропонують розглядати державний борг як складне явище соціально-економічної системи держави, якщо є об'єктивно обумовлено економічною природою держави та її економічних суб'єктів, що з нею пов'язані [7, с.138].

Відомо, що сутність державного боргу виявляється через дві його функції. У науковці розрізняють фінансову та регулюючу функції державного боргу. Фінансова функція полягає у залученні державою необхідних коштів на фінансування дефіциту бюджету, регулююча – у коригуванні обсягу грошової маси. Більше того, наприклад, О. Я. Доліновська виділяє ще валютно-фінансову та перерозподільну функції. Оскільки, завдяки зовнішнім позикам здійснюється поповнення міжнародних валютних резервів держави, які є спрямовані на фінансування дефіциту платіжного балансу [3, с. 138].

На нашу думку, аби краще розкрити сутність поняття державний борг варто розглянути та здійснити класифікацію різних видів державних боргів. Оскільки, лише комплексний підхід до вивчення вказаного явища гарантує отримання достовірних даних про природу державного боргу, допомагає краще зрозуміти

структуру активів і пасивів державної економіки. Подаємо класифікацію державного боргу у таблиці [1].

Відтак, основним критерієм поділу державного боргу є ознака за залежністю від сфер розміщення, а саме науковці розрізняють зовнішній та внутрішній борг. Зовнішній борг складається з заборгованості даної держави міжнародним і регіональним банкам, урядам, приватним іноземним банкам, корпораціям і міжнародним фінансовим організаціям. Внутрішнє запозичення викликає перерозподіл ресурсів усередині країни, як правило, між державним і приватним секторами економіки [3, с.139].

Таблиця 1. **Класифікація державного боргу**

Ознаки	Види
За сферою розміщення	– внутрішній – зовнішній
За ступенем охоплення державних боргових зобов'язань	– капітальний – поточний
За позицією уряду щодо залучення кредитних ресурсів	– активний – пасивний
За наявністю гарантій уряду	– прямий – гарантований
За видом отримувача кредитних ресурсів	– приватний (умовний) – урядовий (прямий)
В залежності від типу кредитора	– внутрішні кредитори – зовнішні кредитори
За типом боргового зобов'язання	– заборгованість за довгостроковими облігаціями – заборгованість за середньостроковими облігаціями – заборгованість за короткостроковими облігаціями і векселями – заборгованість за кредитами, отриманими для фінансування дефіциту бюджету; – заборгованість за іншими зобов'язаннями
За видом валюти боргу	– борг у валюті кредитора – борг у національній валюті – борг у валюті третьої країни
За терміном погашення боргів	– короткотермінові - до 1 року ; – середньо термінові - до 5 років ; – довготермінові - понад 5 років
За емітентом державних боргових зобов'язань	– загальнодержавний (центральний уряд) – муніципальний (місцеві органи влади)

Залежно від ступеня охоплення розрізняють капітальний та поточний державний борг. Капітальний державний борг – сума випущених та непогашених на даний момент боргових зобов'язань за усіма видами позик, включаючи і відсотки за ними. В свою чергу, поточний державний борг – це сума витрат, що включає лише витрати, пов'язані з виплатою доходів кредиторам за борговими зобов'язаннями держави та самими борговими зобов'язаннями, термін погашення яких уже настав [8, с. 43].

В залежності від позиції уряду держави щодо накопичення державного боргу борг може бути активний і пасивний. Активний державний борг виникає внаслідок дій уряду щодо залучення додаткових ресурсів. Утворення активної форми державного боргу пов'язане з формуванням активної форми бюджетного дефіциту, що створюється внаслідок державного втручання в подолання кризи. Пасивний державний борг - створюється автоматично при виникненні пасивного бюджетного дефіциту. Пасивний бюджетний дефіцит виникає тому, що в умовах економічної кризи зменшуються доходи населення, доходи господарюючих суб'єктів, розміри товарообігу, і, як наслідок, податкові надходження до бюджету [8, с. 44].

Залежно від утримувача кредитних ресурсів диференціюють прямий та умовний державний борг. Прямий державний борг відображає обсяги залучених кредитних ресурсів, що надійшли у розпорядження уряду країни. Умовний державний борг – це борг, сформований шляхом залучення кредитних ресурсів у розпорядження господарюючих суб'єктів під гарантію уряду, коли виникають зобов'язання у держави як гаранта повернення ресурсів кредитору у випадку неплатоспроможності позичальника [8, с. 44].

Більше того, державний борг класифікують за наступними ознаками: видами кредитів (банківські, комерційні, фінансові); умовами кредитування (на ринкових умовах , пільгові); термінами сплати (короткостроковий - до 1 року , середньостроковий - до 5 років , довгостроковий - понад 5 років); джерелами кредитування (державні, приватні, міжнародні інститути).

Серед головних причин виникнення і зростання державного боргу виділяють наступні [11, с. 20]:

- хронічний дефіцит Державного бюджету України;
- перевищення темпів зростання державних видатків над темпами зростання державних доходів;
- фіскальна політика, спрямована на зменшення податкового навантаження без відповідного скорочення державних витрат;
- розширення економічної функції держави;
- дія автоматичних стабілізаторів (циклічне зменшення податкових надходжень та збільшення соціальних трансфертів під час економічної кризи);
- залучення коштів нерезидентів з метою підтримки стабільності національної валюти;
- вплив політичних бізнес-циклів (надмірне збільшення державних видатків напередодні виборів з метою завоювання популярності у виборців).

Окрім цього, Л. О. Заволока, відносить до причин зростання обсягу державного боргу наступні явища [5, с. 834]:

- девальвація національної валюти;
- залежність України від імпорту енергоносіїв;
- технічна відсталість значної частини галузей національної економіки;

- забезпечення фінансування дефіциту державного бюджету;
- капіталізація державних банків, у тому числі у зв'язку з переходом у державну власність ПАТ «КБ «ПриватБанк»;
- надання кредиту ФГВФО.

Вважаємо, що більш поглибленого розкриття причин виникнення державного боргу доцільно визначити чинники, що впливають на його формування. Так, наприклад, В.В. Панченко пропонує поділ чинників формування державного боргу на зовнішні та внутрішні [10, с 14]:

➤ внутрішні – необхідність проведення емісії національної валюти, потреба в іноземній валюті для проведення розрахунків, регулювання валютного курсу;

➤ зовнішні – нав'язування кредитів іншим країнам та міжнародним фінансовим організаціям.

Висновки. Отже, вважаємо, що поняття «державний борг» має дискусійний характер, оскільки до сьогодені вченими економістами не сформовано єдиного погляду щодо впливу державного боргу на економічний розвиток. Підсумовуючи можна зазначити, що державний борг являє собою економічні відносини між державою-позичальником та її кредиторами з приводу перерозподілу позикових капіталів та вартості ВВП позичальника. Для розкриття сутності державного боргу важливе значення має визначення його функцій. Відтак було виділено фіскальну, регулюючу, валютно-фінансову та перерозподільну функцію, оскільки завдяки зовнішнім позикам здійснюється поповнення валютних резервів країни, що в подальшому спрямовується на фінансування дефіциту платіжного балансу. Також важливим моментом розкриття сутності та природи державного боргу являється визначення його основних видів, причин утворення державного боргу та факторів впливу на його формування. Ми вважаємо, що для розв'язання проблеми необхідне «оздоровлення» економіки, оскільки без забезпечення динамізму її розвитку і реальної, відчутної ефективності фінансова стабільність в країні буде короткочасною і відносною незалежно від того, які прогресивні фінансові заходи використовуються для її підтримки.

Список використаних джерел:

1. Бюджетна система: підруч. / за ред. С. І. Юрія, В. Г. Дем'янишина, О. П. Кириленко. – Тернопіль: ТНЕУ, 2013. – 624 с.
2. Бюджетний кодекс України: Закон України від 08.07.2010 р. № 2456. – [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://zakon5.rada.gov.ua/laws/show/2456-17>.
3. Долюновська О. Я. Економічна природа та сутність державного боргу / О. Я. Долюновська // Збірник наукових праць Черкаського державного технологічного університету. Сер. : Економічні науки. – 2013. – Вип. 26(1). – С. 130-134. – Режим доступу: [http://nbuv.gov.ua/UJRN/Znpchdtu_2010_26\(1\)_28](http://nbuv.gov.ua/UJRN/Znpchdtu_2010_26(1)_28).
4. Жиленко С. М. Підходи до визначення поняття «державний борг» / С. М. Жиленко, О. О. Ляховець // Бізнес Інформ. – 2014. – № 1. – С. 42-46. – Режим доступу: http://nbuv.gov.ua/UJRN/binf_2014_1_9.
5. Заволока Л. О. Напрями оптимізації державного боргу України / Заволока Л. О., Чупілко Т. А., Марченко А. О. // Глобальні та національні проблеми економіки. – Електронне наукове видання. – Випуск 20. – Миколаїв. – 2017. – с. 833-837.
6. Заграй В. О. Зовнішній борг України і проблеми його погашення [Електронний ресурс] / М. М. Веренько // Економічний простір. – 2015. – № 88. – 2015 – С. 257-259. – Режим доступу: <https://ir.lib.vntu.edu.ua/bitstream/handle/123456789/11305/257>.
7. Легкоступ І. І. Державний борг України в сучасних економічних умовах: проблеми та перспективи управління / І. І. Легкоступ, Х. В. Євчук // Науковий вісник Чернівецького національного університету: Збірник наук. праць. Вип. 773-774. Економіка. – Чернівці: ЧНУ, 2016. – С. 137-141.
8. Маршалок Т. Внутрішня боргова політика держави: форми, принципи та цілі реалізації / Тарас Маршалок, Святослав Олексійчук // Світ фінансів. – 2016. – Вип. 2. – С. 43-52.
9. Новосьолова О. С. Державний борг: діалектика теоретичних уявлень та оцінка сутності / О. С. Новосьолова // Наукові записки [Національного університету "Острозька академія"]. Економіка. – 2013. – Вип. 23. – С. 169-173. – Режим доступу: http://nbuv.gov.ua/UJRN/Nznuoa_2013_23_35.
10. Панченко В. В. Сутність та чинники формування зовнішнього державного боргу / В. В. Панченко // Економічний простір. – 2014. – № 88. – С. 5-17.
11. Юрій С. М. Фактори впливу на державний борг України. / [Електронний ресурс]. – Режим доступу: https://economyandsociety.in.ua/journal/10_ukr/120.pdf.

ОСОБЛИВОСТІ ФУНКЦІОНУВАННЯ РИНКУ СТРАХУВАННЯ ЖИТТЯ В УКРАЇНІ

**РУДЬКО А., 3 курс (ОС «бакалавр») ФОФЕД ЧТЕІ КНТЕУ
спеціальність «Фінанси, банківська справа та страхування»,
спеціалізація «Державні фінанси»
наук. кер. Каспрук А.Ю.**

В статті досліджено сутність та особливості страхування життя. Проаналізовано стан ринку страхування життя в Україні. Запропоновано заходи для покращення страхової сфери загалом та зокрема ринку страхування життя в Україні.

In the article explores the essence and features of life insurance. The state of the life insurance market in Ukraine is analyzed. The measures are proposed to improve the insurance sector in general and in particular the life insurance market in Ukraine.

В умовах розбудови соціально-орієнтованої економіки, де найбільш ефективним та потенційним фактором виробництва є людський капітал, а основною метою функціонування економіки стає повноцінний розвиток людського суспільства, все більшого значення набуває питання захисту здоров'я і життя людини, підтримання умов нормальної життєдіяльності. На жаль, в Україні соціальній складовій економічного розвитку приділяється недостатньо уваги, що призводить до зниження життєвого рівня населення та уповільнення темпів економічного зростання. Ефективним рішенням цієї проблеми може стати повноцінна система страхування життя, яка дасть змогу захистити особу або її родину від економічної дестабілізації внаслідок смерті страхувальника та створить підґрунтя для повноцінної життєдіяльності кожної людини у разі дожиття до обумовленого у страховому договорі віку. Усе це обумовлює актуальність дослідження.

Об'єктом дослідження є процес формування та розвитку страхування життя в Україні в умовах макроекономічної нестабільності.

Предметом дослідження є сукупність економічних відносин, що виникають у процесі здійснення

страхування життя.

Метою статті є аналіз розвитку ринку страхування життя в Україні в сучасних кризових умовах.

Страховання життя як вид страхування та його особливості розкрито в працях таких науковців, як Александрова М. М., Базилевич В. Д., Вовчак О. Д., Залетов О. М., Мних М. В., Осадець С. С., Фурман В. М., Шумелда Я. П.

Зацікавленість держави в розвитку страхування життя полягає в тому, що: по-перше, воно є джерелом довгострокових інвестиційних ресурсів, яких так бракує для підйому вітчизняної економіки; по-друге, страхові компанії зі страхування життя доповнюють систему захисту та підтримки рівня життя громадян за рахунок самих громадян, і, таким чином, тягар соціального забезпечення населення перерозподіляється між державою та ринком страхування; по-третє, значущим фактором ролі держави щодо розвитку цього виду страхування є створення нових робочих місць, оскільки страхування життя є основою договорів страхування, що укладаються лише при наявності страхового посередника (брокера чи агента), який проводить з клієнтом персональну і довготривалу роботу, за що отримує від страхової компанії комісійну винагороду.

З'ясування сутності страхування життя і його значення для національної та світової економіки обумовлює необхідність дослідження основних елементів цього виду відносин. Згідно закону України «Про страхування», страхування життя – це вид особистого страхування, який передбачає обов'язок страховика здійснити страхову виплату згідно з договором страхування у разі смерті застрахованої особи, а також, якщо це передбачено договором страхування, у разі дожиття застрахованої особи до закінчення строку дії договору страхування та (або) досягнення застрахованою особою визначеного договором віку [3].

Згідно із сучасним визначенням, страхування життя характеризується як вид особистого страхування, який передбачає обов'язок страховика здійснити виплату відповідно до договору страхування за настання смерті в період дії договору або дожиття застрахованої особи до закінчення договору, а також за настання нещасного випадку або захворювання [6].

Виділяють такі основні форми страхових договорів, що включають наступні види особистого страхування, включаючи страхування життя:

- страхування на дожиття застрахованої особи до зазначеного в договорі віку з одноразовою виплатою капіталу;
- страхування на дожиття застрахованої особи до зазначеного в договорі віку з подальшою виплатою анuitету (додаткове пенсійне страхування);
- страхування життя позичальника кредиту, страхування життя на випадок постійної повної або часткової втрати працездатності (інвалідність 1–2 групи) в результаті нещасного випадку або хвороби;
- страхування життя на випадок смерті застрахованої особи;
- страхування дітей до одруження;
- довгострокове страхування життя працівників підприємств та установ за рахунок коштів роботодавців;
- страхування життя від критичних захворювань;
- страхування життя на випадок постійної часткової втрати працездатності (інвалідність 3 групи) в результаті нещасного випадку;
- змішане страхування життя.

Страховання життя має низку характерних особливостей, які вирізняють його серед інших видів страхування:

1) людське життя не має вартісної (грошової) оцінки; це означає, що за даним видом страхування неможливо визначити величину збитку, зумовленого настанням страхового випадку; саме ця обставина зумовлює інші особливості;

2) у страхуванні життя беруть участь одразу чотири суб'єкти, такі як страховик, страхувальник, застрахована особа та бенефіціар (вигодонабувач);

3) неможливість визначити в грошовому вимірі втрати, пов'язані з життям, зумовлює своєрідний підхід до визначення страхової суми та страхового тарифу (премії, внеску); у страхуванні життя страхова сума визначається на кожного застрахованого окремо з урахуванням інтересів та можливостей обох сторін (страхувальника і страховика); страховик, як правило, встановлює мінімальну межу страхової суми, нижче від якої обслуговування договору зі страхування життя буде збитковим; щодо страхувальника, то обрана ним страхова сума визначається насамперед його платоспроможністю та бажанням відкладати споживання цього доходу на тривалий час;

4) договори зі страхування життя є довгостроковими; хоча українське законодавство не встановлює мінімальних строків договорів зі страхування життя, методика формування резервів (1997 рік) зазначає, що ці договори підписуються на строк, не менший трьох років, а загалом договори можуть діяти значно довше, а саме 10, 15, 20, 30, 40 років; чим триваліше договір, тим більше частка в резерві від інвестування коштів;

5) з попередньої особливості випливає, що страхування життя виконує як захисну функцію, так і заощаджувальну, зміст якої полягає в прибутковому, але низькоризиковому розміщенні тимчасово вільних грошових засобів [1, с. 422].

В розвинутих країнах страхування життя виступає універсальним інструментом для вирішення багатьох соціальних проблем. Насамперед, це матеріальне забезпечення особи після досягнення пенсійного віку чи у випадку втрати дієздатності внаслідок нещасного випадку.

В Україні страхування життя являє собою обов'язки страховика по страхових виплатах у випадках: дожиття до обумовленого в договорі терміну; забезпечення людини в старості або при втраті працездатності; смерті; забезпечення кредиту; накопичення коштів для оплати освіти дітей або для надання їм фінансової підтримки при досягненні ними повноліття.

Сучасний страховий ринок в Україні переживає зараз не найкращі часи, але не зважаючи на всі негативні зовнішні і внутрішні чинники, ринок страхування життя в Україні постійно розвивається. Вже сьогодні багато страхових компаній розробляють успішні стратегії реформування страхування, розраховані на період з 2015 по 2020 рік. Основними компаніями, які займаються страхуванням життя в Україні є: СК «Юпітер Вієнна Іншуранс Груп», СК «МетЛайф», СК «ТАС Життя», СК «УНІКА Життя», СК «Ейгон Лайф Україна», СК «PZU Україна Страхування життя», СК «Граве Україна» [5].

Загальна кількість компаній страхування життя в Україні, які включені до Держреєстру станом на 30 червня 2017 року, склало 36 страхових компаній (їх кількість скоротилася за рік на 20%) (табл.1). Загалом за даними 2013-2017 років спостерігається скорочення кількості компаній зі страхування життя на 42%.

Таблиця 1

Кількість компаній зі страхування життя за 2013-2017 роки

Рік	2013	2014	2015	2016	2017
Кількість компаній зі страхування життя	62	58	52	45	36

*Джерело: [2]

Водночас, спостерігається збільшення надходжень валових страхових премій (табл.2). Якщо в 2013 році сума таких надходжень становила 1015,2 млн. грн., то в 2017 році їхня кількість зросла до 1245,1 млн. грн. – на 22,65% (станом на 30.06.2013 р. та 30.06.2017 р. відповідно). Протягом 2013-2017 років спостерігається збільшення страхових виплат (табл.2). Обсяг валових виплат зі страхування життя за 2016 рік скоротився на 84,4 млн. грн. (-29,9%). За 2017 рік цей показник зріс на 67,9 млн. грн. (34,3%), але є все ще менший за показник 2015 року. За 2013-2017рр. обсяг страхових виплат зріс на 209,1 млн. грн. (на 368,13%).

Таблиця 2

Валові страхові премії та виплати за 2013-2017 роки, млн грн

Рік	2013	2014	2015	2016	2017
Валові страхові премії	1015,2	977,3	939,9	1314,7	1245,1
Валові страхові виплати	56,8	89,7	282,4	198,0	265,9

*Джерело: [2]

Збільшується сума валових надходжень від фізичних осіб та зменшується від юридичних осіб, протягом 2013-2017 років, проте у 2017 році обсяги валових надходжень від фізичних осіб скоротилися на 4,7%, а від юридичних осіб – на 16% (табл.3). У структурі валових надходжень страхових платежів значно більшу частку займають надходження від фізичних осіб: за 2017 рік від фізичних осіб отримано 1184,7 млн. грн. (95,1%), від юридичних осіб – 60,4 млн. грн. (4,9%).

Таблиця 3

Структура валових надходжень страхових платежів по страхуванню життя за 2013-2017 роки

Рік	2013	2014	2015	2016	2017
Від фізичних осіб, %	95,0	83,5	93,0	94,5	95,1
млн. грн	964,6	815,8	873,9	1242,8	1184,7
Від юридичних осіб, %	5,0	16,5	7,0	5,5	4,9
млн. грн	50,6	161,5	66,0	71,9	60,4

Щодо кількості укладених договорів страхування життя, то спостерігається значна активізація у 2015 році : кількість укладених договорів страхування життя збільшилася на 327,1 тис. одиниць (до 447,2 тис. одиниць), в порівнянні з відповідним показником станом на 30.06.2014 (табл.4).

Таблиця 4

Кількість укладених договорів страхування життя за 2013-2017 роки

Рік	2013	2014	2015	2016	2017
Тис. одиниць	702,0	120,0	447,2	506,7	201,2

*Джерело: [2]

Сучасними науковцями відображено широкий спектр проблем і факторів, які стримують розвиток ринку страхування життя в Україні. Зазначені питання можна розділити на фактори прямого та опосередкованого впливу, тобто проблеми, які безпосередньо знижують ефективність діяльності страхових компаній, та проблеми, які створюють несприятливі умови, що призводять до уповільнення розвитку страхового ринку та ринку страхування життя в Україні.

До таких проблем слід віднести:

- негативну історію страхування життя в Україні в пострадянський період;
- нестабільність політичної ситуації;
- відсутність надійних інвестиційних інструментів, а також відсутність гарантій збереження вкладених коштів;
- низькі доходи громадян, відсутність комплексного підходу під час розроблення страхових продуктів;
- зміни в соціальній сфері, що через свою невизначеність нині стримують розвиток страхування життя;
- недовіру населення до страхових компаній;
- низький рівень економічного розвитку країни;
- інфляцію, нестійкість національної валюти;
- відсутність вільних коштів у підприємств і населення;

- недосконале законодавство;
- низьку страхову культуру населення, страхових посередників і деяких страховиків;
- відсутність належної турботи держави стосовно забезпечення привабливості цього виду діяльності;
- недостатню ємність страхового ринку [4, с. 223].

Наявність зазначених проблем викликає об'єктивну необхідність у розробці системи заходів для нормалізації відносин на ринку страхування життя та покращення показників діяльності страхових компаній, що працюють в цьому напрямі. На нашу думку, провідну роль у поширенні страхування життя в Україні повинна відігравати держава. Уряд повинен проводити державну політику, спрямовану на стимулювання страхової сфери загалом та ринку страхування життя зокрема. Для цього можна застосувати такі заходи:

- формування сучасного та динамічного страхового ринку з високорозвиненою інфраструктурою та широким асортиментом страхових послуг;
- створення страхового нагляду, гармонізованого з міжнародними стандартами та орієнтованого на захист прав споживачів фінансових послуг;
- своєчасна та широка адаптація українського страхового ринку до світових вимог фінансового регулювання та нагляду, активна співпраця з європейськими та міжнародними організаціями;
- модернізація страхового бізнесу та систем управління страховими компаніями;
- розвиток страхового посередництва та посилення контролю за посередниками (брокерами, агентами і консультантами);
- впровадження системи мікро страхування для мало заможних верств населення, державна підтримка соціально значущих видів страхування;
- підвищення фінансової грамотності учасників страхового ринку;
- формування страхової культури громадян [7, с. 148].

Отже, дослідивши стан на ринку страхування життя України, спостерігається його незначне «пожвавлення», а населення починає проявляти більший інтерес до цього виду страхування. Протягом 2013-2016рр. збільшувалась кількість укладених договорів страхування та сума страхових платежів. Проте в 2017 році знову спостерігається зниження цих показників і водночас зростають суми страхових виплат. Зменшення темпів зростання страхових премій свідчить про порушення збалансованості страхової діяльності, що загрожує фінансовій стабільності страховика, але водночас, зростання страхових виплат впливає на підвищення довіри населення до страхових продуктів, які пропонуються на ринку.

Страхування життя в Україні ще не користується таким попитом, як в інших розвинутих країнах. Це значною мірою зумовлене неоднозначними тенденціями розвитку ринку страхування життя, відсутністю культури страхування, нестабільністю національної валюти, що зводить нанівець інвестиційну привабливість страхування, відсутність довіри до гравців фінансового ринку з боку населення. Подальший її розвиток залежатиме від ефективності проведення реформ у цій сфері, а також проведення роз'яснювальних заходів серед населення України щодо переваг довгострокового страхування життя. Подальші дослідження повинні акцентуватися на оцінці рівня державного регулювання, а також дослідженні регіональних особливостей розвитку ринку страхування життя в Україні.

Список використаних джерел:

1. Базилевич В.Д. Страхування / В.Д. Базилевич. – К. : Знання, 2008. – 1019 с.
2. Інформація про стан і розвиток страхового ринку України [Електронний ресурс] // Національна комісія, що здійснює державне регулювання сфери ринків фінансових послуг. – Режим доступу: <https://nfp.gov.ua/content/informaciya-pro-stan-i-rozvitok.html>.
3. Про страхування [Електронний ресурс] : Закон України від 07.02.2019 р. № 85/96-ВР. – Режим доступу : <http://zakon3.rada.gov.ua/laws/show/85/96-vr>.
4. Радецька О.О. Ринок страхування життя в Україні: проблеми та перспективи розвитку / О.О. Радецька. – Х. : ХНУ. – 2009. – № 6. – С. 222–224.
5. Страхування життя в 2015 році [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://vseprogroshi.com.ua/straxuvannya-zhittya-v-2015-roci.html>.
6. Страхування життя / Офіційний сайт страхової компанії «ІНГО Україна» [Електронний ресурс]. – Режим доступу : <http://ingo.kiev.ua/ua/strakhovanie-zhizni.html>.
7. Ткаченко Є.Ю. Сучасний стан та перспективи розвитку страхування життя в Україні / Є.Ю. Ткаченко, О.В. Яришко. – Вісник ЗДІА. – 2012. – № 2. – с. 144–148.

МАЙНОВЕ СТРАХУВАННЯ В УКРАЇНІ

**СИТНИК Я., 2 курс (ОС «бакалавр») ФОФЕД ЧТЕІ КНТЕУ
спеціальність «Фінанси, банківська справа та страхування»,
спеціалізація «Державні фінанси»
наук. кер. Каспрук А. Ю.**

У статті досліджено особливості розвитку майнового страхування, розглянуто та проаналізовано основні тенденції на ринку майнового страхування в Україні та напрямки його удосконалення.

The article deals with the features of the development of property insurance, examines and analyzes the main trends in the property insurance market in Ukraine and directions of its improvement.

Актуальність даної теми полягає в тому, що страхування майна є обов'язковим елементом кожної економічної і соціальної системи суспільства. Без розвинутої системи страхування економіка успішно функціонувати не може. В державах з розвинутою ринковою економікою майнове страхування займає стратегічну позицію, яка визначається тим, що воно надає гарантії поновлення порушених майнових інтересів у випадку непередбачуваних природних, техногенних та інших явищ, позитивно впливає на зміцнення фінансів держави. Воно не тільки звільняє бюджет від видатків на відшкодування збитків при настанні страхових випадків, але й є одним з найстабільніших джерел довгострокових інвестицій.

Метою статті є необхідність та важливість застосування страхування для захисту майнових інтересів юридичних та фізичних осіб.

Об'єктом дослідження є майнові інтереси, що не суперечать законодавству України, пов'язані з володінням, користуванням і розпорядженням майном юридичних або фізичних осіб, які здійснюються на підставі добровільно укладеного договору між страховиком і страхувальником.

Предметом дослідження є економічні відносини, які виникають в процесі страхування майна.

Значний внесок в розробку теоретичних основ майнового страхування зробили західні вчені – А. Манес, Д. Бланд, Дж. Діксон, В. Гейльман, В. Гаврийський, Д. Фарни. Питання страхування майна досліджували вітчизняні науковці: В. Базилевич, К. Базилевич, К. Воблий, О. Вовчак.

Майнове страхування є однією з трьох галузей страхування. Майно служить обов'язковим елементом господарської діяльності юридичних осіб і життєдіяльності людей, тому забезпечення страхового захисту майна є пріоритетним в системі страхових відносин.

Економічне призначення майнового страхування полягає у відшкодуванні збитків, заподіяних страхувальнику внаслідок пошкодження або знищення майна при настанні страхових випадків. Мета даного страхування – компенсування шкоди.

Закон України «Про страхування» визначає в якості об'єкта страхування майна майнові інтереси, що пов'язані з володінням, користуванням чи розпорядженням цим майном. Тому під майном, що підлягає страхуванню, розуміють не всі, а лише такі об'єкти, стосовно яких:

- існує інтерес щодо їх збереження;
- завдані страхові випадком збитки можна оцінити вартісно.
- Не страхують, як правило, ті предмети, факт загибелі яких важко встановити. Зокрема, не приймаються на страхування:
 - документи, грошові знаки та цінні папери;
 - рукописи, креслення, бухгалтерські та ділові книги;
 - картотеки;
 - технічні носії інформації (магнітні плівки, касети, магнітні диски тощо);
 - дорогоцінні метали;
 - майно, яке знаходиться у застрахованому приміщенні, але не належить страхувальнику;
 - будівлі, споруди, які перебувають в аварійному стані чи знаходяться у зоні, якій загрожують обвали, зсуви, повені та інші стихійні явища;
 - ділова деревина та дрова на лісосіках і під час сплаву тощо.
- Предметом майнового страхування є:
 - ризик втрати (знищення), нестачі або пошкодження певного майна;
 - ризик збитків у підприємницькій діяльності.
- До специфічних ознак майнового страхування відносяться:
 - об'єкт страхування має вартісну оцінку;
 - страхуванню підлягає конкретна власність;
 - страхова сума не може перевищувати дійсної (залишкової) вартості майна на момент укладання договору страхування;
- наявність факту пошкодження, крадіжки, знищення не є достатньою умовою для виплати відшкодування, необхідною умовою є наявність збитку;
- страхове відшкодування не може бути джерелом необґрунтованого збагачення страхувальника;
- договір майнового страхування не укладається на тривалий час;
- суб'єктів страхових відносин може бути три: страховик, страхувальник, вигодонабувач.
- Страхувальниками у майновому страхуванні можуть бути як юридичні, так і фізичні особи. Залежно від того, хто виступає у ролі страхувальника, дана галузь страхування охоплює такі підгалузі:
 - страхування майна юридичних осіб (виробничого майна);
 - страхування майна фізичних осіб (особистого майна);
 - страхування фінансово-кредитних ризиків.
- Класифікація майнового страхування здійснюється за наступними ознаками:
 - за формою здійснення: добровільне, обов'язкове;
 - за видами суб'єктів страхових відносин: юридичні особи; фізичні особи; фізичні особи, що займаються підприємницькою діяльністю;
 - за галуззю економіки: промисловість, суб'єкти фінансового ринку; будівництво; сільське господарство тощо;
 - за видами майна: транспорт (наземний, повітряний, морський); вантажів та багажу; кредитів; інвестицій; фінансових ризиків; судових витрат; виданих та прийнятих гарантій, основних засобів; оборотних активів; незавершеного виробництва; врожай сільськогосподарських культур, сільськогосподарські тварини, домашні тварини; тощо (визначається спеціальним переліком при ліцензуванні);
 - за видами укладених договорів: основний, додатковий, спеціальний;
 - за видами страхових подій: від вогню, від стихійних лих, нещасного випадку та інфекційного захворювання тварин; від аварії, вибуху тощо.
- Відповідно до статті 6 Закону України «Про страхування» видами добровільного майнового страхування, на які видається ліцензія, є:
 - страхування залізничного транспорту;
 - страхування наземного транспорту (крім залізничного);
 - страхування повітряного транспорту;
 - страхування водного транспорту (морського внутрішнього та інших видів водного транспорту);
 - страхування вантажів та багажу (вантажобагажу);
 - страхування від вогневих ризиків та ризиків стихійних явищ;
 - страхування іншого майна.
- Статтею 7 згаданого Закону передбачені такі види обов'язкового майнового страхування:
 - авіаційне страхування цивільної авіації;

- страхування засобів водного транспорту;
- страхування врожаю сільськогосподарських культур і багаторічних насаджень державними сільськогосподарськими підприємствами, врожаю зернових культур, цукрових буряків сільськогосподарськими підприємствами всіх форм власності;
- страхування майнових ризиків за угодою про розподіл продукції у випадках, передбачених Законом України «Про угоди про розподіл продукції»;
- страхування майнових ризиків при промисловій розробці родовищ нафти і газу у випадках, передбачених Законом України «Про нафту і газ»;
- страхування об'єктів космічної діяльності (наземна інфраструктура), перелік яких затверджується Кабінетом Міністрів України за поданням Національного космічного агентства України;
- страхування об'єктів космічної діяльності (космічна інфраструктура), яка є власністю України, щодо ризиків, пов'язаних з підготовкою до запуску космічної техніки на космодромі, запуском та експлуатацією її у космічному просторі;
- страхування тварин на випадок загибелі, знищення, вимушеного забою, від хвороб, стихійних лих та нещасних випадків у випадках та згідно з переліком тварин, встановлених Кабінетом Міністрів України;
- страхування ліній електропередач та перетворюючого обладнання передавачів електроенергії від пошкодження внаслідок впливу стихійних лих або техногенних катастроф та від протиправних дій третіх осіб.

Однак не всі види набули обов'язкової форми захисту.

Законодавчо мінімальна або максимальна тривалість договорів майнового страхування не встановлена. На практиці договори страхування майна укладаються на один рік, в окремих випадках – на короткий термін. Укладенню договору передують огляд майна, його оцінка і визначення рівня ризику, а також узгодження страхової суми і страхового тарифу. Страхові тарифи переважно встановлюються у відсотках до страхової суми. Страхові платежі (Сп) визначаються шляхом множення страхового тарифу (Ст) на страхову суму (Сс):

$$C_{II} = C_C \times C_T$$

При страхуванні майна широко застосовуються специфічні технічні прийоми у вигляді різних видів відповідальності та франшиз.

Отже, майнове страхування є видом страхування, в якому об'єктом страхових відносин є майнові інтереси, що не суперечать законодавству України, пов'язані з володінням, користуванням і розпорядженням майном юридичних або фізичних осіб, які здійснюються на підставі добровільно укладеного договору між страховиком і страхувальником. Воно забезпечує страховий захист та відшкодування, насамперед, прямих збитків, хоча за певних умов в обсяг страхової відповідальності можуть включатися й непрямі збитки.

Список використаних джерел:

1. Закон України «Про страхування» від 07.03.1996 р. в редакції 07.02.2019 р. № 18 [Електронний ресурс] – Режим доступу : <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/85/96-%D0%B2%D1%80>
2. Бойко О. С. Зміст майнового страхування в Україні [Електронний ресурс] – Режим доступу: <http://nbuv.gov.ua/>
3. Романовська Ю.А. Аналіз страхового ринку України / Ю.А. Романовська // Економіка та суспільство. – 2016.- №7.- с. 830-837.
4. Проблеми страхування майна в Україні [Електронний ресурс] – Режим доступу : <http://studentu5.com/index.php?work=15>.

КАЗНАЧЕЙСЬКЕ ВИКОНАННЯ ВИДАТКОВОЇ ЧАСТИНИ ДЕРЖАВНОГО БЮДЖЕТУ УКРАЇНИ

**СИТНИК Я., 2 курс (ОС «бакалавр») ФОФЕД ЧТЕІ КНТЕУ
спеціальність «Фінанси, банківська справа та страхування»,
спеціалізація «Державні фінанси»
наук. кер. Ковалевич Д.А.**

Стаття присвячена розкриттю проблем казначейського обслуговування державного бюджету України за видатками та пошуку шляхів їх вирішення. Визначені принципи казначейського виконання видаткової частини бюджету. Проаналізовані позитивні зміни, пов'язані з прийняттям окремих нормативних актів.

The article is devoted opening of problems of treasury maintenance of the state budget of Ukraine after charges and search of ways of their decision. Certain principles of treasury implementation of expense part of budget. Positive changes, related to acceptance of separate normative acts, are analysed.

Актуальність даної теми полягає в тому, що для забезпечення ефективного використання бюджетних ресурсів держави, спрямованого на створення «економіки зростання», існує об'єктивна необхідність формування комплексного уніфікованого системного підходу до управління процесом виконання бюджетів усіх рівнів на основі стандартизованих процесів і процедур. Такий підхід покликаний забезпечити результативну взаємодію фінансових органів різних рівнів в процесі виконання бюджетів, а також дозволити якісно і координовано управляти коштами бюджетів усіх рівнів. Однак реалії сьогодення демонструють нам казначейську систему, в якій контрольні повноваження в ході касового виконання бюджетів за видатками супроводжуються низкою проблемних моментів. Проблеми, що виникають при обміні інформацією між управліннями Державної казначейської служби України внаслідок ненадійності технології проходження інформації в ході санкціонування видатків державного бюджету; неврегульованість питання щодо реалізації проведення видатків, що пов'язані з військовими діями і містять державну таємницю та інші.

Метою даної статті є дослідження існуючих проблем казначейського обслуговування державного бюджету за видатками, пошуки шляхів їх вирішення, а також способів підвищення якості казначейського обслуговування в цілому.

Об'єктом дослідження є процес використання бюджетних ресурсів держави.

Предметом дослідження є економічні відносини, які виникають в процесі використання бюджетних ресурсів.

Питання казначейського обслуговування виконання державного та місцевих бюджетів висвітлювали у своїх працях Л. Дейкало [2], Е. Курганська [3], Л. Литвиненко [4], М. Огданський [5], Л. Паскаренко [6] та інші. Дослідники зазначають низку проблемних питань казначейського обслуговування державних та місцевих бюджетів, зокрема, недотримання принципу єдності каси, недосконалість існуючої матеріально-технічної бази та єдиної автоматизованої інформаційної системи. Застосування казначейської форми обслуговування державного бюджету України покладає велику відповідальність на органи Державної казначейської служби України та зумовлює необхідність наукових пошуків у сфері бюджетного процесу.

Казначейське обслуговування бюджетів за видатками здійснюється через особові рахунки бюджетних установ за допомогою виконання відповідним казначейським органом належним чином укладеного і затвердженого бюджетного розпису. Складені на цій основі ліміти бюджетних зобов'язань (обсяги бюджетних повноважень) доводяться до головних розпорядників бюджетних коштів, які потім розподіляють їх по підвідомчим бюджетним установам: розпорядникам бюджетних коштів і одержувачам бюджетних коштів.

Структурно видаткові операції в рамках казначейської системи виконання бюджетів складаються з двох елементів:

- санкціонування видаткових операцій;
- їх реалізація (фінансування).

Основними етапами санкціонування при виконанні видатків бюджетів є:

- складання і затвердження бюджетного розпису;
- затвердження і доведення повідомлень про бюджетні асигнування до розпорядників та одержувачів бюджетних коштів, а також затвердження кошторисів доходів і видатків розпорядникам бюджетних коштів та бюджетним установам;
- затвердження і доведення повідомлень про ліміти бюджетних зобов'язань до розпорядників та одержувачів бюджетних коштів;
- прийняття грошових зобов'язань одержувачами бюджетних коштів;
- підтвердження і перевірка виконання грошових зобов'язань.

Саме фінансування видатків державного бюджету є послідовно здійснюваним процесом і включає:

- дозвіл на здійснення платежу;
- власне його проведення.

Схема проходження бюджетних коштів при здійсненні платежу при казначейському виконанні бюджетів полягає в списуванні з рахунку казначейства відповідної суми грошових коштів безпосередньо на розрахункові рахунки постачальників товарів і послуг, минаючи процедуру зарахування на рахунки головних розпорядників, розпорядників та одержувачів бюджетних коштів.

Облік фінансування при виконанні бюджету за видатками ведеться в розрізі особових рахунків, відкритих для кожного головного розпорядника, розпорядника і одержувача коштів відповідного бюджету в єдиному обліковому реєстрі казначейства. На відкритих особових рахунках відображаються обсяги бюджетних коштів, якими має право мати у своєму розпорядженні власники особових рахунків в процесі реалізації процедур санкціонування та фінансування видатків бюджету. Бюджетна установа має право розпорядитися коштами, зарахованими на його особовий рахунок, тільки в тому розмірі, який відображений на особовому рахунку бюджетної установи.

Основними принципами казначейського виконання бюджетів за видатками є такі [9]:

- принцип єдності каси, при якому всі кошти бюджету, незалежно від проведених з ними операцій (з моменту надходження доходів бюджету до моменту розрахунку з постачальником товарів і послуг), знаходяться на єдиному казначейському рахунку, і фінансування здійснюється з цього єдиного рахунку;
- принцип підвідомчості, що означає те, що будь-яка казначейська операція в частині джерел фінансування дефіциту бюджету повинна бути узгоджена з головним розпорядником бюджетних коштів безпосередньо або з використанням ієрархії підвідомчій мережі;
- принцип єдності казначейської методології і бюджетної класифікації, що полягає в необхідності уніфікації методологічних принципів, правил, вимог і процедур щодо касового виконання бюджетів всіх рівнів і забезпеченні порівнянності даних реєстрів звітності за рахунок єдності правил класифікації бюджетних асигнувань;
- принцип «кредитного обороту» за видатковими рахунками казначейських органів, що показує неможливість для них здійснювати операції на суми, що перевищують залишки їх коштів по рахунках, відкритим в органах казначейства, так і для бюджетних установ – не допущення перевищення фінансування їх витрат по відношенню до залишків коштів па особових рахунках і до лімітів бюджетних зобов'язань;
- принцип транспарентності фінансових потоків, який реалізується при забезпеченні максимального доступу до даних про виконання бюджетів, з боку як відповідних органів влади та місцевого самоврядування, так і органів державного фінансового контролю, засобів масової інформації, неурядових організацій та інших зацікавлених осіб.

Варто відзначити, що реалізація принципу функціонування єдиного казначейського рахунку дозволила забезпечити керованість і підконтрольність державних фінансових ресурсів і їх централізацію на рівні Державної казначейської служби України.

Поряд з цим, значним досягненням реалізації даного принципу є централізація на рівні Державної казначейської служби України не тільки доходів державного бюджету, а й невикористаних одержувачами залишків бюджетних коштів, що зберігаються на їх особових рахунках.

В результаті залишки коштів державного бюджету на рівні управлінь мінімізовані практично до суми,

необхідної для здійснення одержувачами коштів державного бюджету касових видатків протягом одного чи двох днів. Тим самим з'явилася можливість ефективного управління коштами державного бюджету, створено передумови для використання тимчасово вільних коштів і виключена необхідність в короткострокових запозиченнях па покриття касового розриву, а отже, скоротилися витрати па обслуговування державного боргу, що особливо актуально в сучасних умовах функціонування державних фінансів в Україні.

На відміну від раніше існуючої практики, ліміти бюджетних зобов'язань і обсяги фінансування доводяться до розпорядників та одержувачів бюджетних коштів через органи казначейства відповідно до видаткових розкладів. Касові видатки здійснюються на підставі заявок одержувачів бюджетних коштів під конкретний вид витрат.

Набрання чинності нових правил і процедур дозволило вирішити такі завдання, які стоять перед органами казначейства:

- встановлення документообігу, за допомогою якого через систему казначейства реалізуються публічні повноваження головних розпорядників та розпорядників коштів державного бюджету при виконанні ними своєї частини державного бюджету за розподілом і доведення лімітів бюджетних зобов'язань і обсягів фінансування до підвідомчих розпорядників та одержувачів коштів;
- контроль над лімітами бюджетних зобов'язань, що доводяться до одержувачів коштів державного бюджету в суворій відповідності з принципом підвідомчості;
- надання головним розпорядникам та розпорядникам коштів державного бюджету гнучкого інструментарію для оперативного, а отже, і більш ефективного управління лімітами бюджетних зобов'язань і обсягами фінансування, включаючи можливість їх перерозподілу між нижчестоячими розпорядниками та одержувачами;
- забезпечення контролю за повноваженнями одержувачів бюджетних коштів при здійсненні ними витрат на підставі первинного документа, що надається органам казначейства відповідним розпорядником вищого рівня, при цьому даний документ вводиться в відповідну базу даних один раз, що виключає виникнення помилок і спотворень в процесі його обробки в системі казначейства;
- створення умов для вдосконалення технологічних процедур щодо обслуговування та виконання державного бюджету органами казначейства, що досягається, в тому числі шляхом забезпечення контролю на етапі введення в систему лімітів бюджетних зобов'язань, обсягів бюджетних асигнувань та обсягів фінансування певним розпорядником, а також тим, що органи казначейства здійснюють касові видатки не в межах виконання окремих реєстрів, як це робилося раніше, а в межах залишку грошових коштів на особовому рахунку одержувача на момент проведення операції;
- пришвидшення доведення інформації про ліміти бюджетних зобов'язань і обсяги фінансування до розпорядників та одержувачів коштів державного бюджету;
- надання одержувачам бюджетних коштів такого механізму використання бюджетних коштів, який дозволяє витрачати їх у міру реального виникнення санкціонованих зобов'язань (за принципом «під потребу»);
- синхронізація лімітів бюджетних зобов'язань та обсягів фінансування при їх введенні в інформаційну систему, тобто обсяги фінансування не будуть на особовому рахунку одержувача «очікувати» адекватних лімітів бюджетних зобов'язань, а будуть доводитись одночасно;
- створення розпорядникам та одержувачам бюджетних коштів умов для впровадження процедур фінансового планування, що дозволить значно ефективніше управляти коштами державного бюджету [7].

Разом з цим, необхідно відзначити, що в процесі реалізації нових правил та процедур, працівники Державної казначейської служби України зіткнулися з цілою низкою труднощів в сфері процедурних та інформаційних аспектів роботи.

Варто виділити основні з них:

- недотримання часових обмежень, встановлених для здійснення інформаційного обміну між центральним апаратом Державної казначейської служби України і підвідомчими управліннями через недостатність якості інформаційних технологій як наслідок слабкої матеріальної бази багатьох відділень;
- проблеми, що виникають при обміні інформацією між управліннями Державної казначейської служби України внаслідок ненадійності технології проходження інформації в ході санкціонування витрат державного бюджету;
- необхідність залучення кадрового складу окремих відділів управлінь казначейства до виконання непрофільної роботи з подолання програмних складнощів, пов'язаних з не проходженням, блокуванням або втратою інформації, що надходить;
- відсутність механізмів верифікації своєчасності надання інформації іншими управліннями казначейства, в разі її відсутності або затримки, особливо в умовах великого потоку проведення видатків;
- неготовність розпорядників та одержувачів коштів державного бюджету до електронної взаємодії з територіальними органами казначейства;
- неврегульованість питання щодо реалізації проведення видатків, що пов'язані з військовими діями і містять державну таємницю [7].

Висновки: Таким чином, незважаючи на зазначені проблемні моменти, казначейська система виконання бюджетів за видатками має потенціал розвитку, а впровадження запропонованих заходів сприятиме підвищенню її якості.

Очевидно, щоб максимально раціоналізувати на практиці процедуру виконання державного бюджету будуть потрібні значні спільні зусилля фахівців не тільки Державної казначейської служби України, а й більшості департаментів Міністерства фінансів України, а також головних розпорядників бюджетних коштів.

Однак в разі успішного функціонування системи виконання державного бюджету на основі сучасних

принципів, алгоритмів і схем, досить перспективною може виявитися ідея поширення його методів і механізмів на виконання і місцевих бюджетів.

Список використаних джерел:

1. Бюджетний кодекс України від 08.07.2010р. № 2456 - VI (редакція від 19.01.2019р.) [Електронний ресурс]. – Режим доступу : <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/2456-17>.
2. Дейкало Л.Є. Взаємодія органів казначейства України з розпорядниками бюджетних коштів державного бюджету, шляхи вдосконалення / Л.Є. Дейкало, А.Ю. Чубак // Ефективна економіка. – 2015. – № 1. [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://www.economy.nayka.com.ua>.
3. Курганська Е. Шляхи адаптації системи казначейства до світових стандартів / Е. Курганська // Науковий вісник [Одеського національного економічного університету]. – 2016. – № 2. – С. 100–112. – Режим доступу: http://nbuv.gov.ua/UJRN/Nv_2016_2_10.
4. Литвиненко Л. Модернізація системи бухгалтерського обліку в державному секторі як складова програми економічних реформ / Л. Литвиненко // Казна України. – 2011. – № 3. – С. 16–18.
5. Огданський М. Країні потрібна сучасна, динамічна система моніторингу виконання бюджетів / М. Огданський // Казна України. – 2011. – № 2. – С. 40–43.
6. Паскаренко Л. Застосування органами казначейства заходів впливу за порушення бюджетного законодавства / Л. Паскаренко // Казна України. – 2015. – № 6. – С. 15–19.
7. Голинський Ю.О., Шиманська І.О. Проблеми та шляхи вдосконалення казначейського обслуговування державного та місцевих бюджетів України / Ю.О. Голинський, І.О. Шиманська // Науковий вісник Ужгородського національного університету. Серія: Міжнародні економічні відносини та світове господарство. Випуск №12/2017. Ч. 2. – Ужгород, 2017. – С. 169–172.
8. Скоропад І.С. Шляхи вдосконалення казначейського обслуговування місцевих бюджетів за видатками / І.С. Скоропад, І.В. Макалюк // Науковий вісник НЛТУ України. – 2011. – № 21.3. – С. 257–263.
9. Дубик В.Я., Омельян Н.І. – стаття «Підвищення якості казначейського виконання видаткової частини державного бюджету України». //Науковий журнал «Молодий вчений» №2 (54) - 2018 р. – с.709-713.

ОСОБЛИВОСТІ КАЗНАЧЕЙСЬКОГО ОБСЛУГОВУВАННЯ ДЕРЖАВНОГО ТА МІСЦЕВИХ БЮДЖЕТІВ ЗА ДОХОДАМИ

**СТАНЧАК В., 2 курс (ОС «бакалавр») ФОФЕД ЧТЕІ КНТЕУ
спеціальність «Фінанси, банківська справа і страхування»,
спеціалізація «Державні фінанси»
наук. кер. Ковалевич Д.А.**

У статті визначено теоретичні основи казначейського обслуговування державного та місцевих бюджетів за доходами. Розглянуто переваги і недоліки казначейської системи виконання дохідної частини бюджетів. Проаналізовано роль і місце Державної казначейської служби України в бюджетному процесі. Показано та охарактеризовано проблеми функціонування системи казначейського обслуговування державного та місцевих бюджетів за доходами, запропоновано сучасні шляхи вдосконалення роботи органів казначейства.

The article defines the theoretical bases of treasury service of state and local budgets for incomes. The advantages and disadvantages of the treasury system for implementing the revenue part of the budget are considered. The role and place of the State Treasury Service of Ukraine in the budget process are analyzed. The problems of functioning of the treasury service of the state and local budgets in terms of incomes are described and characterized, and modern ways of improving the work of the Treasury bodies are proposed.

Актуальність даної теми полягає в тому, що визначення оптимальної системи виконання державного та місцевих бюджетів нині є одним із найпріоритетніших завдань Державної казначейської служби України. Казначейське обслуговування бюджетів за доходами дає можливість за певний проміжок часу отримувати органами виконавчої влади повну і достовірну інформацію для прийняття своєчасного і правильного управлінського рішення. Тому саме на сьогоднішній день є необхідним виявлення проблем та визначення шляхів вдосконалення казначейського обслуговування бюджетних коштів.

Мета статті полягає у дослідженні казначейського обслуговування державного і місцевих бюджетів за доходами, виявленні його проблем та розробці напрямів вдосконалення.

Об'єктом дослідження є казначейське обслуговування державного та місцевих бюджетів за доходами.

Предметом дослідження є відносини, що виникають в процесі казначейського обслуговування бюджетів за доходами.

Дослідженням формування доходів державного та місцевих бюджетів, їх казначейського обслуговування займалися такі вчені-економісти, як: С. Юрій, Ю. Барський, І. Габа, О. Даневич, О.В. Охрімівський, О.М. Фесик, К. Огданський, П. Петрашко, Н. Сушко, О. Чечуліна, Ю. Барський, С. Булакова, Л. Ермоленко, Є. Галушка, Й. Хижник, Є. Галушка, Д. Ротар, К. Павлюк, Ю. Мельник, А. Стовбчатий, Л. Гуцаленко, Р. Макуцький, О. Кіреєв, та ін. Але практичні основи казначейської системи виконання бюджетів за доходами потребують подальших досліджень. Це пов'язано з постійними змінами законодавства та необхідністю його удосконалення.

Доходи бюджету будь-якого рівня формуються на основі податкових і неподаткових надходжень, які сплачують, як юридичні, так і фізичні особи, а також за допомогою надходжень з інших джерел. У праці Ніколаєвої О.М. висвітлено, що в процесі виконання державного та місцевих бюджетів за доходами задіяні чотири основні групи учасників:

1) Суб'єкти управління бюджетною системою - Президент України, Верховна Рада України, Верховна Рада АРК, Кабінет Міністрів України та органи місцевого самоврядування (місцеві державні адміністрації та виконавчі органи місцевих рад);

2) Органи оперативного управління бюджетними коштами – органи, які забезпечують мобілізацію доходів і зарахування їх до відповідних бюджетів (органи доходів і зборів, фінансової інспекції, державної казначейської служби, фінансові органи);

3) Платники податків, зборів та інших обов'язкових платежів до бюджетів – фізичні та юридичні особи, що сплачують платежі до державного та місцевих бюджетів в обсязі та в терміни, передбачені чинним бюджетним і податковим законодавством;

4) Органи грошово-кредитного регулювання (установи банків) [4, с. 226].

Державна казначейська служба України, яка входить до групи органів оперативного управління бюджетними коштами, веде бухгалтерський облік усіх надходжень, що надходять до державного бюджету України та здійснює повернення коштів, що були помилково або надмірно зараховані до бюджету.

Усі доходи державного бюджету зараховуються безпосередньо на єдиний казначейський рахунок державного бюджету України і не можуть акумулюватися на рахунках органів стягнення. В свою чергу, органи стягнення здійснюють контроль за своєчасним надходженням обов'язкових платежів та інших доходів до державного бюджету, та надходженням їх в повному обсязі.

Згідно статті 43 Бюджетного кодексу України, під час виконання державного бюджету і місцевих бюджетів застосовується казначейське обслуговування бюджетних коштів [1].

Державна казначейська служба України здійснює казначейське обслуговування бюджетних коштів за рахунком відкриття і ведення єдиного казначейського рахунку в Національному банку України.

У праці Стоян В.І. зазначено, що залежно від послідовності здійснення операцій з бюджетними надходженнями діяльність органів Державної казначейської служби України щодо обслуговування бюджетів за доходами охоплює такі основні завдання:

- відкриття та забезпечення належного функціонування рахунків для зарахування надходжень до державного та місцевих бюджетів;
- зарахування податків, зборів, інших обов'язкових платежів на рахунки за надходженнями, відкриті в головних управліннях та центральному апараті Казначейства;
- повернення надміру та помилково сплачених до бюджетів платежів, бюджетне відшкодування податку на додану вартість;
- розподіл платежів між загальним та спеціальним фондами бюджетів, між державним і місцевими бюджетами, між рівнями місцевих бюджетів за нормативами відрахувань, визначеними бюджетним законодавством, перерахування розподілених коштів за належністю;
- ведення бухгалтерського обліку доходів та інших надходжень державного і місцевих бюджетів відповідно до законодавства;
- формування звітів та іншої інформації про виконання дохідної частини відповідних бюджетів, надання її органам, які здійснюють контроль за нарахуванням та сплатою платежів до бюджетів тощо [5, с. 134].

Діяльність Державної казначейської служби України полягає в тому, що вона забезпечує обслуговування коштів державного бюджету через здійснення бухгалтерського обліку надходжень, податків, зборів та інших обов'язкових платежів і проведення видатків державного бюджету через оплату рахунків об'єктів господарської діяльності, які виконали роботи, надали послуги відповідним розпорядникам коштів.

Державна казначейська служба України у процесі здійснення своєї діяльності взаємодіє з органами законодавчої влади, органами виконавчої влади, НБУ, комерційними банками, іншими учасниками бюджетного процесу та фінансовими інституціями. Воно виступає з'єднувальним ланцюгом у бюджетному процесі між органами виконавчої влади та установами банківської системи. Цей процес розпочинається з контролю за плановими показниками, що надходять від Міністерства фінансів та розпорядників бюджетних коштів (розпис доходів та видатків державного бюджету, кошториси та плани асигнувань), та закінчується складанням звітності після проведення процедур попереднього контролю перед здійсненням платежу.

У положенні про Державну казначейську службу України визначено, що основними завданнями Казначейства є:

- 1) внесення пропозицій щодо формування державної політики у сфері казначейського обслуговування бюджетних коштів;
- 2) реалізація державної політики у сфері казначейського обслуговування бюджетних коштів [2].

Державну казначейську службу України та її територіальні органи об'єднує централізована система, створена для ефективного управління доходами та видатками в процесі виконання бюджетів усіх рівнів, підвищення оперативності проведення видатків під час виконання державних програм, посилення контролю над надходженням та цільовим спрямуванням бюджетних коштів, підвищення дієвості бюджетної політики держави.

У роботі Державної казначейської служби України широко застосовуються інформаційні технології, які спрощують та прискорюють численні процедурні моменти в процесі казначейського виконання державного бюджету. Під час його обслуговування реалізуються такі інформаційні процеси: опрацювання, обмін, накопичення та управління даними, а також формування звітів.

На сьогоднішній день в системі казначейства України для обслуговування бюджетів використовують програмне забезпечення – автоматизована система «Є-Казна», що дає змогу спостерігати за рухом грошових коштів бюджетних установ. Головним завданням даної програми є спрощення й уніфікація звітності з виконання бюджетів.

В статті Душині О. визначено, що існують певні недоліки від вимушеного переведення всіх бюджетів на казначейське обслуговування:

- 1) зниження мобільності управлінської діяльності органів місцевого самоврядування;
 - 2) блокування можливості застосування прогресивних технологій фінансового менеджменту;
 - 3) посилення бюрократичності та регламентованості бюджетного процесу на первинному рівні [3].
- Але казначейська система обслуговування місцевих бюджетів внесла у фінансову систему такі позитивні зміни:
- 1) модернізація методу перерахування коштів із рахунків бюджетів на рахунках розпорядників коштів;
 - 2) розміщення бюджетних коштів на казначейських рахунках та їх акумуляція на єдиному казначейському рахунку дає змогу своєчасно виконувати видаткову частину бюджету;
 - 3) отримання щоденної інформації про суми доходів, які надійшли до кожного місцевого бюджету;
 - 4) забезпечення належного рівня управління бюджетними коштами на базі оперативної та достовірної

інформації про надходження коштів у кожному регіоні.

Переваги казначейського обслуговування переконливо свідчать про те, що він є ефективним і доцільним.

Але низку проблемних питань виявлено в ході казначейського обслуговування державного та місцевих бюджетів, які спонукають органів ДКСУ до необхідності вдосконалення та оптимізації процедур казначейського обслуговування бюджетів за доходами та видатками.

Під час казначейського обслуговування місцевих бюджетів існують такі проблемні питання, як:

- територіальна віддаленість сільських та селищних пунктів;
- проблеми, що пов'язані з вдосконаленням нормативно-правового забезпечення виконання місцевих бюджетів;
- нерівномірний розподіл бюджетних коштів між розпорядниками та одержувачами бюджетних коштів місцевих бюджетів;
- проблеми, які виникають під час реєстрації зобов'язань та у прийнятті до виконання платіжних доручень від одержувачів та розпорядників бюджетних коштів з виконання місцевих бюджетів;
- низький рівень кваліфікації працівників ДКСУ, що зумовлено плінністю кадрів через незадовільний рівень оплати праці.

Дослідження даних проблем дало можливість сформулювати основні шляхи вдосконалення діяльності Державної казначейської служби України:

1) залучення до системи казначейського обслуговування місцевих бюджетів поштових відділень, враховуючи значну віддаленість деяких сільських і селищних рад від філій ДКСУ, що забезпечить уникнення непродуктивних видатків для відповідних рад;

2) удосконалення нормативно-правового забезпечення процедури обслуговування місцевих бюджетів усіх рівнів і створення єдиного програмного продукту для формування єдиної інформаційної бази для всіх учасників бюджетного процесу;

3) підвищення оперативності в роботі органів казначейства України шляхом виділення додаткових асигнувань на покращення матеріально-технічної бази, підвищення чисельності працівників органів ДКСУ та забезпечення підвищення їх кваліфікації;

4) розробка рекомендацій щодо надбавок до заробітної плати у вигляді доплат, премій, відпусток.

Також потребують удосконалення та модернізації застарілі операційні системи та технологічна інфраструктура інформаційно-аналітичного забезпечення органів ДКСУ, оскільки існують ризики втрати інформаційних та матеріально-технічних ресурсів, що перешкоджає вчасному виконанню місцевих бюджетів і створює загрозу функціонуванню системи ДКСУ загалом.

Бюджетна децентралізація, високий рівень якої свідчить про демократизацію суспільства та ефективне використання коштів у загальнодержавному масштабі, є основною у вирішенні проблеми зміцнення фінансової незалежності місцевого самоврядування України. На сьогоднішній день, місцеві органи влади попри низку позитивних моментів ще не отримали достатньої незалежності в ухваленні рішень. У сучасних умовах покращення системи ефективності формування доходів бюджету кожного регіону має проводитися за такими напрямками:

- надання більшої управлінської свободи органам місцевої влади;
- створення кращих механізмів перевірки якості надання місцевих послуг;
- здійснення контролю за доходами місцевих бюджетів на всіх стадіях бюджетного процесу;
- своєчасне реагування на стан виконання дохідної частини бюджету;
- збільшення інвестиційного показника місцевих бюджетів.

Місцеві органи самоврядування і органи державної влади, які здійснюють бюджетну політику, повинні оптимально поєднувати інтереси суспільства, окремих територій, підприємств і громадян.

Визначальним має бути збалансований розвиток, як приватних, так і державних інтересів у їх бюджетній політиці.

Отже, можна зробити висновок, що в Україні на даний момент існує низка проблем, пов'язаних з достовірністю та прозорістю бюджетного процесу. Злагоджений механізм правового регулювання є відсутнім і наслідками цього є розсіянність або навіть відсутність організованості в роботі органів, як державної так і місцевої влади, їх завдання регламентуються в законодавстві недостатньо чітко. І те, що чинне законодавство постійно змінюється або доповнюється, підтверджує його недосконалість.

Для того, щоб Україна могла вийти з фінансової, політичної та економічної кризи, а також для збільшення впливу бюджету на процес формування ринкових відносин потрібен чітко налагоджений розподіл прав та обов'язків органів державної влади. Саме робота Державної казначейської служби України в умовах виходу України з даних ситуацій дає можливість зробити: процес виконання бюджету більш ефективним; раціональне використання бюджетних коштів та коштів державних цільових фондів тощо.

Для оптимізації функцій основного елемента фінансової системи суспільства необхідно: забезпечити формування працюючої нормативно-законодавчої бази функціонування системи казначейського обслуговування; здійснити перебудову казначейства в напрямку коректування його функцій; забезпечити професійну підготовку та підвищення кваліфікації працівників казначейства.

Список використаних джерел:

1. Бюджетний кодекс України [Електронний ресурс] – від 8 липня 2010 року: офіц. текст станом на 11 жовтня 2018 р.. Режим доступу: <http://zakon.rada.gov.ua/laws/sh-ow/2456-17>.
2. Положення про Державну казначейську службу України : Указ Президента України від 15 квітня 2015 р. № 215;
3. Душина О. Казначейське обслуговування Державного бюджету України: реалії та шляхи вдосконалення // О. Душина - Управління розвитком. – 2015. – № 17. – С. 67–68.
4. Ніколаєва О. М. Місцеві фінанси : навч. посіб. / О. М. Ніколаєва, А. С. Маглаперідзе - К. : "Центр учбової літератури", 2017. - 354 с.

СУЧАСНИЙ СТАН РИНКУ АВТОТРАНСПОРТНОГО СТРАХУВАННЯ В УКРАЇНІ: ПРОБЛЕМИ ТА ПЕРСПЕКТИВИ

**СТЕЛЬМАХ Я., 3 курс (ОС «бакалавр») ФОФЕД ЧТЕІ КНТЕУ
спеціальність «Фінанси, банківська справа та страхування»,
спеціалізація «Державні фінанси»
наук. кер. Каспрук А. Ю.**

У статті наведено результати досліджень стану ринку автострахування України. Окреслено основні недоліки функціонування страховиків у сучасних умовах. Виявлено напрямки для вдосконалення сучасної системи автострахування та зроблено висновки про загальний розвиток автострахування в Україні.

The article presents the results of studies on the state of the auto insurance market in Ukraine. The main shortcomings of the insurers' functioning in modern conditions are outlined. The directions for improvement of the modern system of auto insurance are revealed and conclusions about the general development of motor insurance in Ukraine are made.

Актуальність обраної теми дослідження полягає в тому, що у наш час відбувається різке зростання кількості авто, що активно використовуються і наслідком цього є збільшення кількості дорожньо-транспортних пригод. Разом з цим, все більшої популярності набуває автотранспортне страхування, як спосіб забезпечення майнових інтересів власників транспорту у разі настання непередбачуваних подій.

Об'єктом дослідження є автотранспортне страхування в Україні.

Предметом дослідження є стан і перспективи розвитку автотранспортного страхування в Україні.

Метою даної статті є вивчення сутності та економічної необхідності страхування автотранспортних засобів, його значення на вітчизняному страховому ринку, окреслення основних проблем та шляхів їх подолання.

Дослідженням теоретичних і практичних аспектів розвитку страхового ринку та становлення транспортного страхування займалися вітчизняні і зарубіжні вчені Адамчук Н.Г., Бовсуновська Г. С., Богаченко В.Г., Балабанов І.Т., Гінзбург А.І., Гомелль В.Б., Гутченко А. В., Казаков А.А., Кулаєв Ю.Ф., Томілін В.Н., Медведев А.А., Міллерман А.С., Юлдашев Р.Т., Самохвалов О.В., Ткаченко С. В., Щелкунов В.І., Шахов В.Г.

Розвиток автотранспортного страхування в Україні досить різносторонньо висвітлено в багатьох наукових працях. Наприклад, тематикою основ формування вітчизняного ринку автотранспортного страхування в умовах перехідної економіки цікавились у своїх наукових працях Ручкіна В.М. та Мухіна О.В. Онищенко Н.В. проаналізувала транспортний ринок і розробила методи економічного регулювання автотранспортного страхування в Україні.

Науковці по-різному підходять до трактування цього поняття, а саме:

1. Бовсуновська Г. С. визначає: «Автотранспортне страхування – це система економічних відносин щодо створення та використання спеціального грошового фонду для захисту інтересів громадян, підприємств, організацій у разі настання певних несприятливих подій, пов'язаних з володінням автотранспортними засобами, шляхом виплати страхового відшкодування» [1].

2. Ткаченко С. В. вважає: «Автотранспортне страхування – це стратегічно важлива галузь страхового сектору, що сприяє зниженню наслідків ДТП, створює додатковий механізм захисту інтересів кредитора, забезпечує розвиток інших супутніх видів страхування, а також частково звільняє державу під час вирішення соціальних проблем суспільства, що виникають внаслідок ДТП, крадіжки або пошкодження транспортних засобів громадян та підприємств» [2].

3. Гутченко А. В.: «Автотранспортне страхування – це тип комбінованого страхування, яке дозволяє у комплексі застрахувати самі засоби транспорту, багаж та додаткове обладнання, яке знаходиться в автомобілі, а також водіїв та пасажирів у разі заподіяння шкоди їм самим чи третім особам» [3].

Отже, можна сказати, що загалом всі автори визначають автострахування як страхування ризиків, пов'язаних з експлуатацією засобів автотранспорту.

За видами автотранспортне страхування поділяється на страхування транспортного засобу КАСКО, яке відноситься до майнового та страхування автоцивільної відповідальності власників транспортних засобів.

В Україні автострахування регулюється Законом «Про обов'язкове страхування цивільно-правової відповідальності власників наземних транспортних засобів», який вступив в силу 01.01.2005 року, Законом «Про страхування», Постановою Кабінету Міністрів України від 29.04.1999 року та іншими нормативно-правовими актами. Автострахування в Україні ділиться на два основних види: обов'язкове і добровільне.

Обов'язкове страхування цивільно-правової відповідальності, або автострахування ОСАЦВ або автоцивілка – це страхування цивільно-правової відповідальності власників наземних транспортних засобів перед третіми особами. Використання транспортного засобу без наявності поліса ОСАЦВ – протизаконно. Поліс ОСАЦВ є обов'язковим документом поряд з посвідченням водія та документами на авто.

Страхування ОСАЦВ полягає у виплаті третім особам в результаті ДТП за шкоду, яка була заподіяна здоров'ю, життю або майну застрахованим власником транспортного засобу. Правила автострахування для всіх страхових компаній є єдиними. Розмір максимальних виплат по ОСАЦВ також єдиний: за нанесенням шкоди життю і здоров'ю кожного потерпілого – 200 000 гривень, за шкоду майну – 100 000 гривень. Для того щоб збільшити ліміт страхових виплат від 200 000 до 1 000 000 гривень, необхідний додатковий поліс добровільного автострахування.

Також є добровільне майнове страхування, або автострахування КАСКО. Це страхування від заподіяної шкоди, розкрадання або викрадення транспортного транспорту. Страхова компанія зобов'язується

відшкодувати збитки, за шкоду яку отримав ваш автомобіль. При цьому КАСКО не передбачає виплату страхової суми за нанесення шкоди здоров'ю водія і пасажирів, пошкодження іншого майна. КАСКО може бути повним і частковим. При частковому автострахованні не передбачені виплати за викрадення автомобіля.

В Україні поліс КАСКО має тільки 8% автовласників, в той час як в Європі – 85%. Це пояснюється тим, що страхова сума при настанні страхового випадку визначається ринковою вартістю автомобіля і не повинна перевищувати її. В тариф закладається амортизація-знос деталей. Тому страхування автомобілів, які старше 7 років, набагато дорожче. А це понад 80% автопарку країни.

Є ще кілька видів автострахування в Україні, які не так популярні, як ОСАЦВ і КАСКО, – страхування водіїв та пасажирів на транспорті від нещасного випадку, страхування вантажів і багажу, обов'язкове страхування особливо небезпечних вантажів, страхування відповідальності вантажоперевізника та автоасистанс. Автоасистанс – це вид страхування автомобіля, який передбачає екстренну допомогу при поломці автомобіля в дорозі. В даному випадку одержувачем страхових виплат є сервісна організація, які надали послуги екстренної допомоги в ДТП. «Зелена карта» – це обов'язковий поліс страхування цивільної відповідальності власників транспортних засобів, прийнятий в усіх країнах Європи. Грін-карта – це відшкодування збитків потерпілому при ДТП з вини іноземного власника транспортного засобу [4].

Динаміка основних показників страхування автотранспорту – страхування наземного транспорту (КАСКО), страхування цивільно-правової відповідальності власників наземних транспортних засобів за внутрішніми договорами (ОСАЦВ) та за міжнародними договорами ("Зелена картка") – наведена в табл. 1.

Таблиця 1

Динаміка основних показників автострахування за I півріччя 2017 та 2018 років

Показник Вид страхування	Валові страхові премії		Валові страхові виплати		Рівень валових страхових виплат		Темпи приросту, %	
	млн. грн.				%		I півріччя 2018/ I півріччя 2017	
Страхування наземного транспорту (КАСКО)	2 593,70	3 027,60	1 230,00	1 554,90	47,4	51,4	16,7	26,4
Обов'язкове страхування цивільно-правової відповідальності власників наземних транспортних засобів (ОСАЦВ)	1 836,90	2 192,80	916,9	1 087,60	49,9	49	19,4	18,6
Обов'язкове страхування цивільно-правової відповідальності власників наземних транспортних засобів "Зелена картка"	606,1	753,4	233,7	281,4	38,6	37,4	24,3	20,4
Всього	5 036,70	5 973,80	2 380,60	2 923,90	47,3	48,9	18,7	22,7

Джерело: сформовано авторами за даними [5].

Згідно з даними табл. 1, у I півріччі 2018 року обсяг валових страхових премій з автострахування (КАСКО, ОСАЦВ, «Зелена картка») збільшився на 18,7%; обсяг валових страхових виплат зріс на 22,7%. При цьому частка валових страхових премій та валових страхових виплат страхування цивільно-правової відповідальності власників наземних транспортних засобів (ОСАЦВ) в автострахованні становить 36,7% та 37,2% відповідно.

Надходження валових страхових премій при страхуванні наземного транспорту (КАСКО) за I півріччя 2018 року збільшилося на 16,7% у порівнянні з аналогічним періодом 2017 року і становило 3027,6 млн грн., при страхуванні цивільно-правової відповідальності власників наземних транспортних засобів (ОСАЦВ) обсяг валових страхових премій збільшився на 19,4% і становив 2 192,8 млн грн.

Обсяг валових страхових виплат при страхуванні наземного транспорту (КАСКО) за I півріччя 2018 року становив 1 554,9 млн грн., що на 26,4% більше, ніж за аналогічний період 2017 року; обсяг валових страхових виплат при страхуванні цивільно-правової відповідальності власників наземних транспортних засобів (ОСАЦВ) становив 1 087,6 млн грн., що на 18,6% більше, ніж за аналогічний період 2017 року.

За I півріччя 2018 року на 151,9 тис. одиниць (або на 4,1%) збільшилась кількість укладених договорів страхування цивільно-правової відповідальності власників наземних транспортних засобів (ОСАЦВ) – до 3 871,1 тис. одиниць.

Рівень валових страхових виплат зі страхування наземного транспорту (КАСКО) станом на 30.06.2018 р. становив 51,4% (станом на 30.06.2017 р. – 47,4%), при страхуванні цивільно-правової відповідальності власників наземних транспортних засобів (ОСАЦВ) – 49,6% (станом на 30.06.2017 р. – 49,9%).

За підсумками I півріччя 2018 року:

– при страхуванні наземного транспорту (КАСКО) обсяг чистих страхових премій становив 2 872,1 млн. грн., при страхуванні цивільно-правової відповідальності власників наземних транспортних засобів (ОСАЦВ) – 2 149,1 млн. грн.;

– при страхуванні наземного транспорту (КАСКО) обсяг чистих страхових виплат становив 1 539,2 млн. грн., при страхуванні цивільноправової відповідальності власників наземних транспортних засобів (ОСАЦВ) – 1 086,4 млн. грн.

Отже, підсумовуючи та аналізуючи сучасні тенденції на ринку страхування автотранспортних засобів, варто зазначити, що популярність, необхідність та актуальність цього виду страхового захисту для споживачів страхових послуг є очевидними. Однак оцінка стану ринку автотранспортного страхування виявила низку проблем, що стримують розвиток ринку автострахування України, а саме:

- зменшення попиту на послуги автострахування з боку потенційних страхувальників;
- зростання виплат страхових сум та підвищення збитковості процесів страхування внаслідок підвищення темпів росту страхових виплат при зниженні темпів росту страхових премій, що призводить до погіршення загального стану забезпеченості страховиків насамперед ліквідними активами, які забезпечують формування страхових резервів;
- відсутність якісної статистичної інформації в страховому секторі;
- недосконалість законодавчого регулювання у сфері автострахування, невідповідність чинних нормативно-правових актів вимогам сьогодення та європейським стандартам;
- низький рівень послуг, що надаються окремими страховиками, та наявність випадків шахрайства.

Страховий ринок України потребує підвищення довіри до страхових компаній, що формується за допомогою трьох чинників: надійності, якості послуг, рівня обслуговування в разі настання страхового випадку.

З огляду на зазначене, для розвитку ринку автотранспортного страхування через його розширення та підвищення якості страхової послуги і довіри страхувальників до цих послуг необхідне поступове впровадження низки заходів, що пов'язані з такими факторами впливу:

- усунення наслідків світової фінансово-економічної кризи з метою недопущення зниження платоспроможності страховиків;
- перегляд тарифної політики страхових компаній, зокрема тих, що мають значну питому вагу автострахування в своїх портфелях;
- зростання ролі страхових брокерів;
- створення розвинутої та платоспроможної системи страхування цивільної відповідальності власників наземних транспортних засобів, здатної компенсувати збитки від непередбачених подій;
- запровадження програм інформування населення через засоби масової інформації про стан і перспективи страхового ринку;
- відновлення довіри українського народу до страховиків, що передбачає повернення вкладених коштів;
- підвищення потужності страхових компаній шляхом збільшення розмірів власного капіталу, покращення організації роботи та надання якісних страхових послуг;
- активізація ролі держави та її органів у зміцненні та розвитку автострахування;
- розширення міжнародного співробітництва у сфері обміну інформацією про діяльність страхових компаній, які надають послуги щодо даного виду, та ін.

Ринок автотранспортного страхування в Україні визначається своєю динамічністю, про що свідчать зростання валових та, відповідно, чистих виплат і премій. Проте, даному ринку властивий ряд проблем, описаний в основному вкладі дослідження, які потребують впровадження ряду змін для покращення його стану, зокрема заходи зі сторони держави, активні дії зі сторони самих страхових компаній. Загалом, спостерігається позитивна тенденція розвитку автострахування в Україні, яка має втілитись в покращення фінансового становища України, а отже збільшення кількості зацікавлених громадян в даному виді страхування.

Список використаних джерел:

1. Бовсуновська Г. С. Теоретичні засади розвитку автотранспортного страхування / Г. С. Бовсуновська [Електронний ресурс]. – Режим доступу: http://econa.org.ua/index.php/econa/article/viewFile/23/pdf_39.
2. Ткаченко С. В. Аналіз сучасного ринку добровільного страхування автотранспортних засобів в Україні С. В. Ткаченко / [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://fp.cibs.ck.ua/files/1304/13tnvasr.pdf>.
3. Гутченко А. В. Автотранспортне страхування в Україні / А. В. Гутченко, Д. І. Павлова [Електронний ресурс]. – Режим доступу: www.rusnauka.com/13_NMN_2011/Economics/3_86224.doc.htm
4. Офіційний сайт страхової компанії UKRINSURANCE [Електронний ресурс]. – Режим доступу : <http://ukrinsurance.com.ua/uk/vidy-strahovaniya-avtomobilej-v-ukraine/>
5. Статистика страхового ринку України [Електронний ресурс]. – Режим доступу : www.forinsurer.com/stat.

ВПЛИВ СПРОЩЕНОГО РЕЖИМУ ОПОДАТКУВАННЯ НА ФОРМУВАННЯ ДОХІДНОЇ ЧАСТИНИ БЮДЖЕТУ МІСТА ЧЕРНІВЦІ

**ТЕРЕН В., 1 курс (ОС «бакалавр») ФОФЕД ЧТЕІ КНТЕУ
спеціальність «Фінанси, банківська справа та страхування»,
спеціалізація «Державні фінанси»
наук. кер. Томнюк Т. Л.**

У статті розглянуто спрощений режим оподаткування як інструмент підтримки та розвитку малого бізнесу в Україні. Досліджено особливості функціонування спрощеного режиму оподаткування в умовах ринкової економіки. Проаналізовано динаміку та питому вагу надходжень єдиного податку до бюджету м. Чернівці. Визначено низку проблем щодо стягнення єдиного податку та запропоновано напрями підвищення ефективності оподаткування малого бізнесу в Україні.

The article deals with the tax regime as a means and means of small business in Ukraine. Research features of the functioning of a clear regime of taxation of a market economy. The dynamics and calculation of revenues to the state budget are analyzed. Chernivtsi A

Актуальність теми. Розвиток економіки України залежить від активності малого підприємництва. У більшості країн світу йому належить значне місце в загальній сумі валового національного продукту, виробництві товарів та продуктів, наданні послуг, що дає змогу повніше задовольняти попит у товарах, збільшувати зайнятість населення, створювати конкуренцію на ринку, сприяти надходженню грошових ресурсів до бюджету за рахунок сплати податків. Але розвитку малого підприємництва заважають цілий ряд економічних та організаційних перешкод, де особливу роль відіграє механізм його оподаткування. Введення в Україні спрощеної системи оподаткування суб'єктів малого підприємництва вже забезпечило необхідні зрушення в їх розвитку. Значення малого бізнесу в світі дуже велике, оскільки без малого бізнесу не може розвиватись і функціонувати ринкова економіка. Становлення та розвиток його є однією з основних проблем економічної політики в умовах переходу від адміністративно-командної економіки до нормальної ринкової економіки. Малий бізнес у ринковій економіці - головний сектор, що визначає темпи економічного росту, структуру і якість валового національного продукту. Малий бізнес вносить значущий внесок у формування конкурентного середовища, що для нашої високо монополізованої економіки має істотне значення.

Метою статті є дослідження сучасних тенденцій оподаткування малого бізнесу та визначення напрямів підвищення ефективності податкового стимулювання суб'єктів малого підприємництва.

Об'єктом дослідження статті є теоретичні аспекти оподаткування суб'єктів малого підприємництва в Україні.

Предметом дослідження статті є особливості оподаткування малого бізнесу за спрощеною системою оподаткування. Дослідження проблеми оподаткування та розвитку малого бізнесу в Україні здійснено у наукових працях низки українських і зарубіжних дослідників та економістів, таких як: З. Варналій, А. Буталов, А. Амоша, І. Щапкін, В. Буєв, Н. Беренда, В. Бородюк, О. Дивеев – Кириленко, Н. Лесик, С. Реверчук тощо.

Проте через нестабільність податкового законодавства є потреба подальшого вивчення та вдосконалення механізму оподаткування суб'єктів малого підприємництва. Спрощена система оподаткування, обліку і звітності суб'єктів малого підприємництва, яка передбачає сплату єдиного податку, є сьогодні найпоширенішою з альтернативних систем оподаткування.

Єдиний податок відноситься до прямих загальнодержавних податків. Він сплачується суб'єктами малого підприємництва за рахунок власних коштів і включається в ціну товару на стадії виробництва у виробників незалежно від фінансового й майнового стану платників. Так як єдиний податок справляється саме в момент виникнення доходу, а не при його використанні, то за економічним змістом об'єкта оподаткування він відноситься до податків на доходи [4, с. 261]. Сутність спрощеної системи оподаткування полягає в тому, що для малих підприємств установлюється єдиний податок у визначеному відсотку до мінімальної заробітної плати або прожиткового мінімуму замість цілого ряду податків, а саме: податку на прибуток, плати за землю, збору за спеціальне використання природних ресурсів, збору на відрахування до пенсійного фонду, тощо[1]. Згідно статті 291 Податкового кодексу України[1], малі підприємства мають право запроваджувати спрощену систему оподаткування доходів. Ставки єдиного податку встановлюються у відсотках (фіксовані ставки) до розміру прожиткового мінімуму, мінімальної заробітної плати, встановленої на 1 січня податкового або у відсотках до доходу[1, с.268].

Фіксовані ставки єдиного податку встановлюються сільськими, селищними та міськими радами для фізичних осіб – підприємців, які здійснюють господарську діяльність залежно від виду діяльності з розрахунку на календарний місяць.

Платниками єдиного податку не можуть бути суб'єкти господарювання які здійснюють:

- діяльність з організації, проведення азартних ігор;
- обмін іноземної валюти;
- виробництво, експорт, імпорт, продаж підакцизних товарів;
- видобуток, виробництво, реалізацію дорогоцінних металів і дорогоцінного каміння, у тому числі організованого утворення;
- видобуток, реалізацію корисних копалин;
- діяльність у сфері фінансового посередництва, крім діяльності у сфері страхування;
- діяльність з надання послуг пошти та зв'язку;
- інші сфери діяльності, визначені Податковим кодексом.

Єдиний податок з суб'єктів малого підприємництва є вагомим джерелом надходжень місцевих бюджетів та є серйозним важелем державного регулювання діяльності підприємців та малих підприємств, що є суб'єктами спрощеної системи оподаткування.

Динаміка надходження єдиного податку до бюджету міста Чернівці протягом 2016 – 2018 рр. є позитивною. Єдиний податок займає незначну, проте стабільну і постійну частку доходів бюджету

Протягом 2016 – 2018 рр. спостерігається позитивна тенденція сплати цього податку до бюджету міста Чернівці. Факторами, які обумовили зростання надходження єдиного податку, є:

1. Підвищення рівня прожиткового мінімуму та мінімальної заробітної плати;
2. Нарощування обсягів виробництва;
3. Створення малих підприємств;
4. Збільшення кількості фізичних осіб – підприємців.

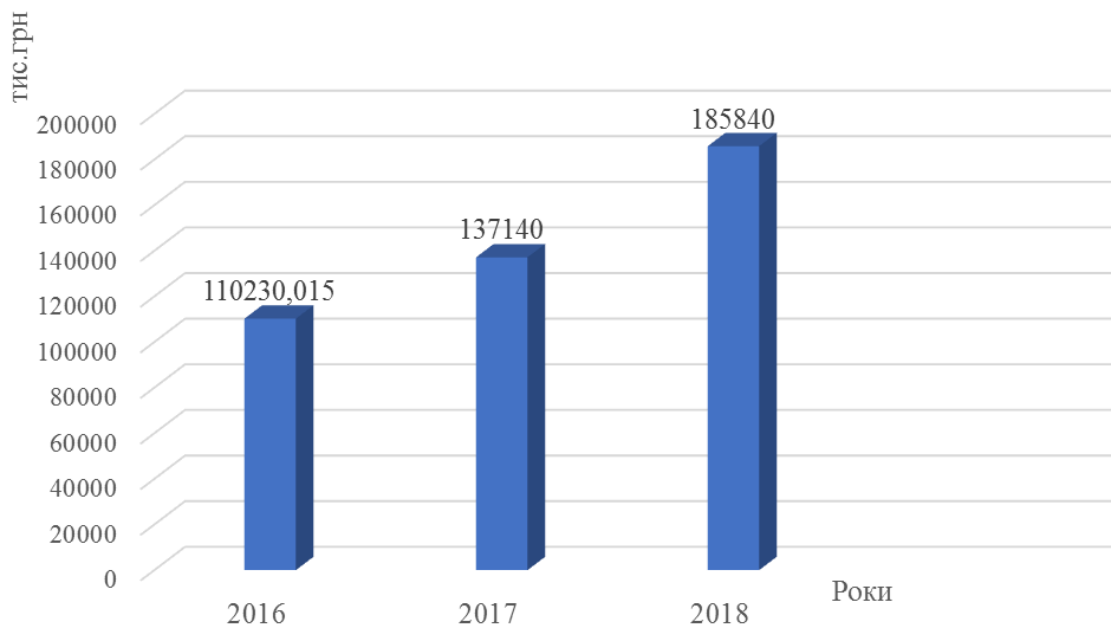


Рис. 1. Динаміка надходжень єдиного податку до бюджету м. Чернівці

У 2018 році спостерігається зріст цього показника до 7,26 % з 6,12 % у 2016 році, що є позитивним явищем для формування дохідної частини бюджету.

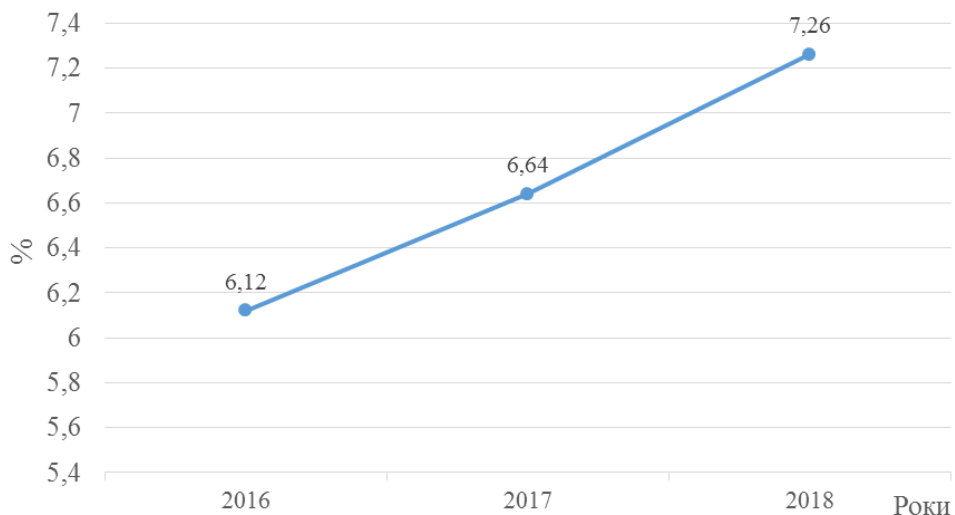


Рис.2. Значення єдиного податку у структурі доходів бюджету м. Чернівці

Проведене дослідження дає підстави стверджувати, що рівень надходжень від єдиного податку до місцевого бюджету, сплаченого суб'єктами малого підприємництва протягом досліджуваного періоду, має тенденцію до зростання. Збільшення обсягів і частки надходжень єдиного податку, з одного боку, свідчить про створення нових малих підприємств, нарощування суб'єктами підприємницької діяльності обсягів виробництва, кількості реалізованої продукції, збільшенням позитивних результатів діяльності, а з іншого – про дію інфляційної складової в країні.

При реформуванні податкової системи варто також зважати на те, що для України заходи щодо зменшення ставок основних податків та істотного збільшення бюджетних видатків з метою стимулювання розвитку малого підприємництва є неприйнятними через такі фактори[8, с. 262]:

- навіть за стабільних економічних умов у нашій державі її соціальні зобов'язання істотно перевищують фінансові можливості;
- зниження податкових ставок як інструмент стимулювання інвестицій в умовах політичної нестабільності України не забезпечить бажаних результатів, а лише призведе до зменшення й без того обмежених фінансових можливостей бюджетів України;
- відсутність джерел фінансування бюджетного дефіциту не сприятиме збільшенню видатків понад отримані доходи.

Тому система оподаткування малих підприємств має бути спрямована одночасно і на стимулювання

розвитку малого бізнесу, і на подальше наповнення державного та місцевих бюджетів за рахунок податкових надходжень від малих фірм[7, с. 95].

Незважаючи на всі недоліки та аргументи проти спрощеної системи оподаткування, сучасний стан малого підприємництва в Україні свідчить про необхідність стимулювання його розвитку з боку держави, а, отже, і продовження дії та покращення спрощеної системи оподаткування.

Також необхідно враховувати, що скасування спрощеної системи несе ризик переходу в тіньовий сектор економіки значної кількості суб'єктів малого підприємництва, що, як наслідок, призведе до зниження рівня розвитку малого бізнесу та зменшення податкових надходжень від єдиного податку до бюджету. Спрощена система оподаткування є способом так званого компромісу, завдяки наявності такої системи офіційна реєстрація стає відносно більш привабливою, порівняно з роботою у цілковитій «тіні», оскільки забезпечує легальність та мінімальний правовий захист, не вимагаючи при цьому ведення обліку та дозволяючи сплачувати помірні податки [6, с.45-49].

Найбільшу увагу при вдосконаленні чинної податкової системи, на нашу думку, необхідно звернути на підтримку новостворених малих підприємств, щоб вони могли досягти істотних фінансових результатів та надалі забезпечили б стабільні податкові надходження до бюджету. Для малих підприємств, що тільки розпочинають свою діяльність, необхідно вводити податкові стимули як в рамках спрощеної системи оподаткування, так і за її межами. Так, систему податкових ставок єдиного податку можна диференціювати, створивши окремі значення для новостворених суб'єктів. При цьому не обов'язково створювати нові групи платників єдиного податку: можна впровадити систему податкових знижок, що дозволять «молодшим» підприємствам сплачувати не повну суму податку, а певний її відсоток. Проте найбільш ефективним та простим для адміністрування є повне звільнення новостворених підприємств від сплати податків на термін до трьох років. Такий вид фінансової підтримки малого бізнесу на певний час допоможе підприємству досягти фінансової стійкості та самостійності.

У середньостроковій перспективі така політика забезпечить зростання доходів бюджету, адже податкові надходження від збільшення ділової активності лише зростатимуть.

Основними напрямками подальшого розвитку малого підприємництва в Україні у найближчій перспективі є: формування належної законодавчої бази, сприятливої для розвитку малого бізнесу; вдосконалення фінансово-кредитної підтримки; забезпечення матеріально-технічних та інноваційних умов розвитку малих підприємств; інформаційне та кадрове забезпечення бізнесу; стимулювання зовнішньоекономічної діяльності суб'єктів малого підприємництва [8, с. 11-12].

Спрощена система оподаткування найбільш дієвий напрям державної підтримки розвитку малого підприємництва в Україні. Для підвищення ефективності її застосування Україна має активно впроваджувати інновації та тенденції. Перспективи розвитку спрощеної системи оподаткування в цьому напрямку стануть предметом наступних досліджень.

Список використаних джерел:

1. Податковий кодекс України [Електронний ресурс]: Закон України від 02.12.2010р.
2. Режим доступу: https://taxlink.ua/ua/normative_acts/podatkoviy-kodeks-ukraini-23-11-2018/
3. Господарський кодекс України [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/436-15>
4. Матеріали офіційного сайту Чернівецької міської ради [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://chernivtsy.eu/portal/skladannya-miskogo-byudzhetu-mista-chernivtsiv-na--rik>
5. Варналій З.С. Мале підприємництво: основи теорії практики. [Електронний ресурс]./ З.С. Варналій/ – Режим доступу: <http://pidruchniki.com.ua>
6. Гетьман О.О. Економіка підприємства: навчальний посібник./ О.О. Гетьман/ К.: Центр учбової літератури, 2012. – 488 с.
7. Стан та перспективи розвитку малого бізнесу в Україні/ Портал "Аграрний сектор України" [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://agroua.net/economics/documents/category-92/doc-85/>
8. Литвиненко Я.В. Шляхи удосконалення системи оподаткування малого підприємництва на Україні/ Я.В. Литвиненко // Вісник Податкової служби України. – 2017. – № 8. – С. 17-19.
9. Фролова В.Ю. Актуальні проблеми діяльності суб'єктів малого підприємництва в Україні / В.Ю. Фролова // Вісник Бердянського університету менеджменту і бізнесу. – 2017. – № 1(37).- с.16–34
10. Показники структурної статистики по суб'єктах господарювання з розподілом за їх розмірами [Електронний ресурс]. – Режим доступу: http://www.ukrstat.gov.ua/operativ/operativ2012/fin/osp/osp_u/osp_u.htm

ІНОЗЕМНИЙ ДОСВІД ЗДІЙСНЕННЯ ПАСИВНИХ ОПЕРАЦІЙ В КОМЕРЦІЙНИХ БАНКАХ

ЩАВІНСЬКА О., 4 курс (ОС «бакалавр») ФОФЕД ЧТЕІ КНТЕУ спеціальність «Фінанси, банківська справа та страхування», спеціалізація «Банківська справа», денна форма навчання наук. кер. Ковалевич Д. А.

В статті проаналізовано основні види пасивних операцій ОТП банку Румунія. Безпосередньо досліджено види депозитів та відсоткові ставки за ними, форми оформлення депозитів, розміри лімітів покриття ризиків за депозитами, інвестиції.

In the article general passive operations of OTP Bank Romania are analyzed. Namely, range of deposits and their annual percentage rates, forms of making deposits, amount of limited covering risks and investments.

Актуальність роботи полягає в тому, що банківська система України потребує постійних удосконалень. Так як пасивні операції є джерелом залучення грошових ресурсів та кредитування комерційні банки повинні завжди актуалізувати депозитну та інвестиційну політику. Досвід іноземних країн, близьких за економічним станом та особливостями ведення бізнесу у банківській сфері може стати джерелом ідей щодо удосконалення пасивних операцій.

Метою статті є аналіз пасивних операцій ОТП банку Румунія та створення рекомендацій для удосконалення української банківської практики.

Об'єктом дослідження є пасивні операції комерційних банків.

Предметом дослідження є різні види вкладів та інвестиції в цінні папери.

Вивченням теоретичних і практичних питань аналізу пасивних операцій комерційних банків присвячені праці провідних вітчизняних і зарубіжних учених. Серед них праці таких авторів: Власенко О.О., Коваленко В. В., Шульц Е. П. та інші.

Банківська система України знаходиться на етапі сегментації ринку банківських послуг між окремими банківськими інститутами, яка, в свою чергу, забезпечується відповідною архітектонікою розвитку банків. Існує тісний взаємозв'язок між розвитком депозитного ринку та процесами стабілізації грошової одиниці, грошово-кредитного ринку, зростанням грошових доходів населення та соціально-економічним зростанням загалом [с. 79, 2].

ОТР банк Румунія проводить протекціоністську політику зовнішньої безпеки. На приклад, бізнес стосунки, включаючи відкриття поточного рахунку, прийняття та виконання будь-яких транзакцій для фізичних та юридичних осіб, а також представників – резидентів з таких країн, як Російська Федерація, Україна, Сербія, Іран, Ірак, Північна Корея не будуть ініційовані. В результаті цієї протекціоністської зовнішньої політики, банк позбавляється ненадійних банківських кореспондентів, попереджає акти фінансового тероризму і зберігає свою ліквідність та платоспроможність на ринку банкових послуг.

Україна відмовилася від ведення банківських кореспондентських відносин з Російською Федерацією за умов окупації Автономної Республіки Крим та ведення Анти терористичної операції. Однак, існує необхідність введення заборони на ініціювання кореспондентських взаємозв'язків з країнами, які беруть участь у військовій агресії. Оскільки зацікавлені сторони часто використовують комерційні банки для фінансування тероризму та розповсюдження зброї масового ураження.

Основна частина пасивних операцій належить вкладам фізичних та юридичних осіб в румунській практиці [сайт ОТП]. Значним попитом користуються депозити в іноземній валюті. В українській банківській практиці не всі фінансово-кредитні установи приймають вклади в іноземній валюті, тому що існує високий ризик зміни валютного курсу. Частина банків здійснює пасивні операції в іноземній валюті, пропонуючи низьку відсоткову винагороду.

Таблиця 1

Ставки за пасивними операціями для фізичних та юридичних осіб ОТР банк Румунія

Валюта	Ощадний рахунок		Строкові вклади			
	Сума	Відсоткові ставки	Сума	12 місяців	Сума	24 місяці
RON	1 000 – 19 999	0,35%	<25 000	1.35%	<25 000	1,45%
	20 000 - 99 000	0.45%	>25 000	1,45%	>25 000	1,50%
	>= 100 000	0.55%				
EUR	500 – 4 999	0,5%	<5 000	0.15%	<5 000	0.15%
	5000 – 19 999	0.1%	>5 000	0.20%	>5 000	0.20%
	=> 20 000	0.15%				

Джерело: [4]

З таблиці 1 зауважимо, що при збільшенні суми пасивної операції збільшується відсотковий дохід, тобто створюються стимули для вкладників, або власників ощадних рахунків. Якщо сума строкового вкладу складає до 25 000 лей, то після завершення дії річного депозитного договору клієнт отримує 1,35 % від суми вкладу, якщо більше 25 000 лей, відсотковий дохід становить 1,45 %.

Зауважимо, що ставки за строковими депозитами для компаній з оборотом до 2 мільйонів євро є аналогічними як для фізичних та юридичних осіб [табл. 2]. Для цього типу клієнтів встановлюються ліміти, необхідні для відкриття рахунків овернайт. При цьому в леях встановлюється вимога в розмірі 50 000 лей, а у євро – 15 000 євро. Відсоткова ставка за даною пасивною операцією щорічно актуалізується Державним Казначейством Румунії.

Таблиця 2

Ставки за пасивними операціями для компаній з максимальним оборотом до 2 мільйонів євро

Валюта	Рахунки овернайт		Строкові депозити			
	Мінімально	Відсоткова ставка встановлюється Державним Казначейством	Сума	12 місяців	Сума	24 місяці
RON	50 000		<25 000	1.35%	<25 000	1,45%
			>25 000	1,45%	>25 000	1,50%
EUR	15 000		<5 000	0.15%	<5 000	0.15%
			>5 000	0.20%	>5 000	0.20%

Джерело: [4]

Строкові депозити із змінними термінами покриття

Валюта	Сума вкладу	Терміни покриття
RON	> = 100	1-24 місяці
EUR		

Джерело: [4]

У румунській банківській практиці доступне розміщення вкладів від 1 до 24 місяців [табл.3]. При цьому як для депозитів в національній валюті так і для депозитів в іноземній валюті встановлюється ліміт 100 лей, або 100 євро. Чим довший термін зберігання коштів на пасивних рахунках банку тим вищий відсотковий дохід.

Таблиця 4

Депозити з початковою сплатою відсоткових ставок

Валюта	Термін вкладу	Сума вкладу	Відсоткова винагорода
RON	5 місяців	>25 000	1%
		<25 000	1.05%
EUR		>5 000	0.1%
		<5 000	0.15%

Джерело: [4]

Новим типом депозитів на румунському ринку депозити з початковою сплатою відсоткової ставок. Якщо сума вкладу до 5000 євро, пропонується винагорода в розмірі 0,1%, а якщо сума більше 5000 євро – 0,15% за 5 місяців [табл.4]. Особливість даного виду депозиту полягає в тому, що відсотковий прибуток сплачується як тільки клієнт відкрив депозитний вклад.

Таким чином, клієнтам не потрібно очікувати визначеного депозитним договором терміну для отримання грошової винагороди за депозитом. В Україні даний тип депозитів не використовується через нестабільність купівельної спроможності національної валюти, ріст інфляції, девальвації. Перспективним для українських банків є впровадження даного типу депозитів за умов економічної статичності. Наступною конкурентною перевагою румунських банків є створення більших за розміром резервів за депозитами. Вкладники стають учасниками Гарантійного фонду для банківських депозитів (FGDB), який охоплює ліміт, встановлений законом 100 000 євро (еквівалент RON) для кожного власника рахунку. Фонд гарантування вкладів фізичних осіб встановив розмір гарантованої суми відшкодування 200 000 грн. Питома частка складає 6,3% від суми в Румунії. Це означає, що вкладники є більш захищеними в румунських банках.

OTP Bank дотримується світової тенденції електронного банкінгу і намагається залучити до нього більше клієнтів. Наприклад, відсотки по поточному рахунку за 4 місяці на 0,2% вище в OTPdirekt, ніж якщо цей поточний рахунок, буде відкриватися у відділенні банку. Банк пропонує стандартні депозити та депозити для пенсіонерів, що становить 0,1% в іноземній валюті та 0,2% у RON вище, ніж звичайний. Банк надає можливість диверсифікувати інвестиції за допомогою OTP SINCRO Saving Package. Партнерами OTP Bank RO є OTP Obligațiuni, OTP ComodisRO, OTP EuroBond або OTP Dollar Bond. OTP Asset Management - високі досягнення в інвестуванні в акції. Існують зниження і збільшення курсів акцій, але диверсифікований портфель збалансовує ризики і гарантує прибуток для клієнтів.

В Україні відсутня розвинена інфраструктура ринку цінних паперів, тому банківські установи рідко залучають грошові кошти через розміщення цінних паперів, або ж інвестицій вкладників в інвестиційний портфель. Крім того, необхідним є формування оптимальних за структурою, строками і вартістю депозитних ресурсів. Для цього необхідна заміна операційної моделі ІТ, яка б дозволила банкам знизити витрати та забезпечила більш ефективну роботу каналів. Особливо це актуально з позиції «віртуалізації» багатьох послуг та роботи з клієнтами в Інтернеті [с. 344, 1]

Таким чином, проаналіз увавши досвід OTP банк Румунія можна зауважити ряд конкурентних переваг для вкладників. Перша – широкий асортимент депозитів та інвестиційних пулів. Друга – надання пільг для пенсіонерів у вигляді вищих відсоткових ставок. Третя – створення стимулів до відкриття депозитів та здійснення інвестицій через інтернет-банкінг. Четверта – більший обсяг гарантованої суми повернення з фонду гарантування вкладів. Українська банківська система може перетворити перелічені переваги досвіду Румунії на свої стратегічні цілі.

Список використаних джерел:

1. Власенко О. О. Основні тенденції та перспективи розвитку ринку депозитів в Україні [Електронний ресурс] / О. О. Власенко // Актуальні проблеми економіки. - 2015. - № 6. - С. 341-346. - Режим доступу: http://nbuv.gov.ua/UJRN/ape_2015_6_41
2. Коваленко В. В. Вплив депозитної політики на формування архітектури розвитку банків [Електронний ресурс] / В. В. Коваленко // ScienceRise. - 2015. - № 3(3). - С. 78-81. - Режим доступу: [http://nbuv.gov.ua/UJRN/texc_2015_3\(3\)_15](http://nbuv.gov.ua/UJRN/texc_2015_3(3)_15)
3. Шульц Е. П. Особливості сучасної депозитної політики банків [Електронний ресурс] / Е. П. Шульц // Соціально-економічні проблеми сучасного періоду України. - 2015. - Вип. 3. - С. 93-97. - Режим доступу: http://nbuv.gov.ua/UJRN/sepspu_2015_3_20
4. Офіційний сайт OTP bank Romania [Електронний ресурс] . - Режим доступу: <https://www.otpbank.ro/en>

Облік, аналіз та аудит

ІСТОРИЧНИЙ РОЗВИТОК СИСТЕМИ БУХГАЛТЕРСЬКОГО ОБЛІКУ

БУЛАВА І., 1 курс (ОС «магістр») ФОФЕД ЧТЕІ КНТЕУ

спеціальність «Облік і оподаткування»

наук. кер. Багрій К.Л.

Стаття присвячена дослідженню вироблених облікових методів в розрізі історичної періодизації облікових систем на предмет поглиблених обґрунтувань періодизації розвитку системи бухгалтерського обліку. В межах кожного періоду виокремлено предмет та метод обліку.

The article is devoted to the research of the developed accounting methods in the context of historical periodization of accounting systems for the subject of in-depth bases for the periodization of the accounting system's development. The subject and method of accounting are clearly distinguished within the period.

Дослідження історії виникнення, становлення і розвитку системи бухгалтерського обліку, як зрештою, і будь-яких сфер людської діяльності, визнається важливим фактором розуміння його сучасного стану і можливих напрямків розвитку. Періодизація дає змогу встановити, під впливом яких обставин отримувала нових засад і напрямів облікова система, виявити виражені аспекти еволюції окремих об'єктів, методів та прийомів, які застосовувались у цій системі. Дослідження історичних аспектів розвитку бухгалтерського обліку у координатах періодизації його змістової будови дозволяє розглядати такою чи іншою цю систему з позиції впливу на неї зовнішніх факторів – практичних потреб конкретного суспільства, динаміку науково-технічного прогресу.

Протягом тисячоліть облік зазнав значних змін, які обумовлені об'єктивними історичними факторами, що обумовили нову технічну базу обліку і стали основою використовуваної іншої методології. У тематичних літературних джерелах наводиться низка аргументів про потреби чіткішої систематизації і структуризації розробок у сфері бухгалтерського обліку для наукового осмислення і розкриття методологічних проблем, що актуалізує поглиблені дослідження періодизації обліку.

На різних етапах становлення та розвитку теоретичних засад обліку особливу увагу його періодизації приділяли видатні вчені свого часу, такі як К. Родбертус, Дж. Чербоні, Л. Сей, Ф. Єзерський, О. Рудановський, Х. Антоні, К. Лейерер, О. Галаган, Д. Стернісон, Ж. Шарара-Руссо, Н. Стекі, Л. Герберт, Р. Обер, І. Джиннаї, А. Канцані, М. Глаутьер, В. Бакстер, В. Шу, Д. Едвардс, П. Лассек, Б. Коласс, Р. Маттесіч.

Важливий внесок зробили також і дослідження вітчизняних учених, таких як Ф. Бутинець, Т. Пасько, Л. Лисенко, М. Чумаченко, К. Циганков, Я. Соколов. Незважаючи на проведені розвідки, аналіз останніх досліджень засвідчує достатньо підвищений інтерес науковців до історичних періодів розвитку обліку, узагальнення існуючих знань і приведення їх у впорядковану систему. Науковцями наводиться різний контекст аргументів про потреби формулювання чіткої періодизації обліку. Наприклад, Ф. Бутинець аргументує підвищений інтерес аргументує тим, що «періодизація розвитку бухгалтерського обліку набуває важливого значення, оскільки дозволяє прослідкувати історичну логіку, підійти до усвідомлення процесу зміни епох [1, с. 13]. Т. Пасько відзначає, що «вивчення періодизації розвитку обліку заслуговує надзвичайної уваги, тому що дозволяє зрозуміти сучасний розвиток і оптимальні напрямки прогнозування його еволюції в майбутньому» [2]. Я. Соколов обґрунтовує доцільність з'ясування періодизації обліку тим, що вона необхідна для «поглибленого розкриття викладу обліку і з'ясування паралельних подій впливу на його зміни» [3, с. 11].

Висновки переважної більшості досліджень обґрунтовано доводять актуальність науководослідних розробок за цим спрямуванням, містять низку аргументацій про їх потребу для сучасного вивчення історії бухгалтерського обліку загалом.

Метою статті є дослідження історичних ознак облікових систем в контексті використовуваних методичних прийомів обліку, які виокремлюють характерні ознаки періодизації. В межах кожного періоду виокремлення предмету та методу обліку.

В літературних джерелах відсутня єдина позиція науковців щодо періодизації розвитку бухгалтерського обліку, але домінують такі підходи. Група авторів виділяє періоди розвитку обліку паралельно з розвитком суспільства (А. Лозинський, В. Нікітін, Б. Коласс, К. Нарібаєв, Ф. Бутинець, Р. Маттесіч), інші структурують періодизацію обліку відповідно до появи нових облікових категорій, парадигм обліку. Такої позиції дотримувались Л. Сей, Дж. Чербоні, Д. Стернісон, Ф. Єзерський, А. Рудановський, Р. Обер. Деякі визначають періодизацію обліку за розвитком окремих його методів (Ж. Шарара-Руссо, А. Хаар, В. Шу).

Поряд з наведеними підходами деякі автори (К. Робертус, Н. Стекі, Н. Стасей, В. Зомбард, Д. Едварс), пов'язують періодизацію обліку з розвитком капіталістичного ладу, ототожнюючи облік з ринковими відносинами. Виходячи з того, що капіталістична економіка умовно базується на трьох видах (торгова, промислова та фінансова), вони виділяли три стадії розвитку облікової думки. Подвійний запис, на думку прихильників цієї теорії використовувався для контролю рознесення даних, а фінансові результати розраховувались окремо від бухгалтерських інформаційних систем. На нашу думку такий підхід не достатньо аргументований, оскільки у ньому облікова еволюція позбавлена самостійного змісту.

В економічній літературі виділяють й інші підходи до періодизації обліку, які базуються на різних ознаках: О. Рудановський виділяв два етапи розвитку обліку: статистичний і бухгалтерський, М. Глаутьер пов'язує розвиток обліку з етапами розвитку контролю: державний контроль та автономний контроль, Л. Герберт позиціонує розвиток обліку з розвитком управління, О. Галаган в виділенні етапів, спирається на закон трьох стадій французького філософа О. Конта, пропонуючи теологічний, метафізичний та позитивний етапи розвитку обліку.

Для детальнішого розкриття періодизації розвитку обліку вважаємо за доцільне проаналізувати періодизацію обліку за трьома виділеними нами критеріями: фактом появи облікових категорій, історичних

періодів розвитку суспільно-економічних відносин, формалізації облікових методів.

При цьому відзначимо, що за фактом появи нових облікових категорій періодизація обліку, представлена Л. Сеєм, не має чіткої ознаки чи критерію встановлення періодів: перший етап (усний і символічний) ним виділяється за типом реєстрації, наступні два (уніграфічний і диграфічний) за обліковими парадигмами, а останній (логісмографічний) пов'язується з формуванням облікових вчень про рахунки.

У підході поділу обліку на періоди Дж. Чербоні ознакою поділу виділив концептуальні проблеми обліку, що можна вважати цілком доречним. Проте епоха комерційної арифметики розглядається автором як період переходу від Л. Фібоначчі до Л. Пачолі [3, с. 11], а це охоплює період з 1170-1228 рр. по 1494 рр. Відповідно, така класифікація вказує на відсутність розвитку обліку за цей період.

Обґрунтованою можна вважати класифікацію етапів розвитку обліку, сформовану Д. Стернісоном. У цій класифікації відмітним є виділення другого, інвентарно-грошового етапу – важливого перевороту в обліку, який спричинила поява грошей. Проте виділений автором третій розрахунковий етап не корелює у послідовності після грошового, оскільки розрахунки проводились ще до появи грошей.

У виділених нами класифікаціях розвитку обліку за історичними періодами цивілізаційного поступу, підхід Б. Коласса, який починає свою класифікацію з Середньовіччя, трактує облік в цей період як підготовчий до подвійної бухгалтерії, все ж не можна вважати вдалим. Автор виключає 5000 років у які проходив розвиток обліку в Стародавньому та Античному світі.

У підході до класифікації розвитку обліку В. Шу методологічні принципи (елементарний рахунок, простий та подвійний запис, рахівництво), змішані з використанням технічних засобів (комп'ютерний облік), що не цілком відповідає принципам дослідження історичних процесів. У класифікації А. Хаар позиціює етапність розвитку обліку виключно до розвитку балансу, відкидаючи розвиток інших обліково-методичних прийомів, Я. Соколов критикує даний підхід стверджую, що «при такому підході виявляється, що поза балансом не існує бухгалтерії» [3, с. 13].

Французький вчений Ж. Шарара-Руссо періоди розвитку обліку пов'язує з розвитком рахунків. На першому етапі розвитку обліку він виділяє виникнення рахунків розрахунків, другий етап пов'язує з використанням рахунків для обліку відносин з особами, які працюють в організації, третій етап – з виникненням матеріальних рахунків. Такий підхід до класифікації є не зовсім логічним, оскільки виникнення матеріальних рахунків автор ставить на третє місце, після рахунків розрахунків. Це порушує сформовані основні історичні засади розвитку обліку, за якими матеріальний облік бере свій початок з Стародавнього Єгипту, де починають застосовуватись матеріальні рахунки. У цьому підході також відсутня еволюція системи грошових рахунків та рахунків капіталу.

Я. Соколов, проаналізувавши спроби багатьох зарубіжних та вітчизняних вчених (в тому числі Дж. Чербоні, Ф. Єзерського, О. Рудановського, О. Галагана), дійшов висновку, що: «неможливо побудувати періодизацію розвитку складної системи, яким є бухгалтерський облік, за будь-яким одним критерієм», а тому обґрунтовує доцільність класифікації періодизації розвитку обліку за багатьма ознаками [3, с. 21-26]: характером облікових носіїв та типом облікових реєстрів (матеріальні носії, паперові, безпаперові); видами обчислювальної техніки (абак, машини з ручним та автоматичним вводом, ЕОМ); організаційною структурою (одна людина, централізована бухгалтерія); цілями ведення (констатація, контроль, фінансовий результат); методології обліку (бюджетний та комерційний); складом рахунків (матеріальні, конторкорентні, рахунки капіталу, результатні, оперативні); формами рахівництва (за принципом диференціації облікового запису в журналі: італійська, німецька, французька, інтегральна, журнально-ордерна); галузями народного господарства (торгівля, банки, транспорт, сільське господарство); обліком витрат (камеральний облік, теорія калькуляції, стандарт-кост, директ-кост, управлінський облік); інтересами осіб, зайнятих в господарському процесі (інтереси власника, законодавча регламентація); зміною наукових доктрин (за розвитком облікових шкіл).

Вищенаведену класифікацію, на нашу думку можна вважати найбільш осмисленою, однак кількісно класифікаційні ознаки можна скоротити, виділивши головні, що призвели до виникнення процедур чи методів на кожному з періодів розвитку обліку. Саме тому розгляд періодизації обліку пропонуємо відслідковувати в контексті історичного розвитку його предмету і методу, що складаються з окремих об'єктів та специфічних методичних прийомів.

Важливим фактором наукового пізнання періодизації обліку є формування облікових теорій: юридична – предметом обліку якої стають права та обов'язки осіб; економічна – предметом обліку якої стають результати діяльності, що пов'язані зі зміною обсягу та складу майна. На противагу цим теоріям процедурна теорія обліку саме в облікових процедурах вбачала мету, предмет і метод бухгалтерії – «предметом бухгалтерії можуть бути тільки здійснені господарсько-правові факти як зовнішнього, так і внутрішнього характеру» [4, с. 94]. Покладаючи в основу облікового процесу психологічний аспект, англо-американська школа розвивала управлінську теорію обліку, обравши головним провідним на цей період в американській психології напрям – біхевіоризм, базові засади цього напрямку вважали предметом психології не свідомість, а поведінку. Основною схемою біхевіоризму що переносилась на бухгалтерію є – «стимул – реакція», де документ – це стимул, а реакція бухгалтера повинна бути викликана цим стимулом.

Отже, на цьому етапі еволюції розвитку обліку були закладені основи бухгалтерської науки, сформульований і обумовлений її категорійний апарат, досліджений зміст облікових процесів, що обумовило виникнення таких методичних прийомів як баланс та калькуляція та звітність. Узагальнюючи досліджувану тематику слід погодитися з думкою Я. Соколова про те, що «...адекватна періодизація обліку є неможливою, а запропоновані ідеї це тільки підходи до неї... логіка науки дозволяє деколи краще зрозуміти ті чи інші процеси розвитку, але вона нічого, чи майже нічого не може сказати про те, як насправді розвивався бухгалтерський облік» [3, с. 26].

Отже, при вивченні історії обліку важливого значення набуває його періодизація, що досліджувалася багатьма вченими. Кожен автор в основу періодизації покладає відповідну ознаку зміну економічних

формацій, форму обліку, облікову ідею, характер облікових носіїв. Більшість авторів брали за основу те, яку роль виконував бухгалтерський облік на різних етапах розвитку суспільства. Поява нових об'єктів і необхідність управління ними стали передумовами виникнення нових методів обліку. Протягом історичного розвитку методи бухгалтерського обліку еволюціонують з розвитком суспільства, перетворюючись в єдину систему способів та прийомів ведення обліку, демонструючи діалектику розвитку обліку.

Список використаних джерел:

1. Бутинець Ф. Ф. Історія бухгалтерського обліку: в 2-х частинах. Ч. 1. Навчальний посібник / Ф. Ф. Бутинець. – Житомир: ПП «Рута», 2001. – 512 с.
2. Пасько Т. О. Історичні аспекти розвитку подвійної парадигми бухгалтерського обліку / Т. О. Пасько // Актуальні проблеми і перспективи розвитку обліку, аналізу та контролю: зб. наук. праць. – 2009. – Вип. 3. – С. 275–280.
3. Соколов Я. В. Бухгалтерский учет: от истоков до наших дней: учебное пособие для вузов / Я. В. Соколов. – М.: ЮНИТИ, 1996. – 638 с.
4. Лютова Г. М. Дослідження предмету бухгалтерського обліку / Г. М. Лютова, С. В. Медвідь // Фінансовий простір – 2012. – № 2(6). – С. 93–97.

ПОНЯТТЯ УПРАВЛІНСЬКОГО ОБЛІКУ ТА ЙОГО ІНФОРМАЦІЙНОГО ЗАБЕЗПЕЧЕННЯ

ГАЛАН Н., 1 курс (ОС «магістр») ФОФЕД ЧТЕІ КНТЕУ

спеціальність «Облік і оподаткування»

наук. кер. Багрій К.Л.

Прийняття оптимального управлінського рішення можливе за умови створення та впровадження в практику управління інформаційної системи, яка орієнтована на вимоги управління діловою активністю підприємства. Стаття присвячена сучасним аспектам трактування економічного змісту та інформаційного забезпечення управлінського обліку.

Adoption of the optimal managerial decision is possible provided that the management of the information system, which is oriented towards the management of the business activity of the enterprise, is created and introduced into practice. The article is devoted to modern aspects of the interpretation of economic content and information management accounting.

На сьогоднішній день ринкова система господарювання в Україні вимагає орієнтування підприємств на міжнародні стандарти бухгалтерського обліку. Формування та надання такої інформації є головним завданням управлінського обліку. Тому сьогоднішня вимога від керівників підприємств налагодження системи управлінського обліку і звітності на всіх рівнях управління.

В сучасних умовах господарювання особливо важливого значення набуває інформаційне забезпечення процесу управління, яке необхідне для прийняття обґрунтованих управлінських рішень. Питанням управлінського обліку присвячено багато праць відомих українських вчених: О.С. Бородині, Ф.Ф. Бутинця, С.Ф. Голова, А.М. Герасимовича, Г.Г. Кірейцева, М.Ф. Кропивко, М.В. Кужельного, А.М. Кузьмінського, М.Р. Лучка, В.П. Москальовського, Л.В. Нападовської, М.Ф. Огійчука, М.С. Палуха, М.С. Пушкар, В.В. Сопка, Л.К. Сука, М.Г. Чумаченка і зарубіжних – Х. Андерсона, Т. Джонсона, К. Друрі, Р. Каплана, Е. Майєра, Д. Мідлтона, Б. Нідлз, С. Ніколаєвої, С.С. Сатубалдіна, Т. Скоуна, С.М. Стукова, Ф. Тейлора В.І. Ткача, Дж. Хігінса, Хорнгрен Ч.Т., Фостер Дж., О. Шеремета, інших.

На сьогодні науковцями видано дуже багато наукових робіт із тематики управлінського обліку, але незважаючи на те немає єдиної думки щодо трактування управлінського обліку та інформаційного забезпечення його на підприємствах.

Метою статті є висвітлення основних моментів трактування управлінського обліку та обґрунтування і дослідження різних точок зору вчених науковців, щодо ролі і місця управлінського обліку в інформаційному забезпеченні всіх рівнів управління.

На сьогоднішній день поява управлінського обліку обумовлена тим, що традиційні методи бухгалтерського обліку перестали відповідати вимогам управління.

Закон України «Про бухгалтерський облік та фінансову звітність в Україні» дає таке визначення управлінському (внутрішньогосподарському) обліку – це система обробки та підготовки інформації про діяльність підприємства для внутрішніх користувачів у процесі управління підприємством [1].

Бородин О.С. стверджував, що управлінський облік – це система оперативного управління підприємством, яка включає блоки: нормування, планування, аналіз, контроль, ціноутворення, оперативний облік і т.д. Вихідна інформація управлінського обліку є позасистемною, тобто не відображається в облікових регістрах і на рахунках бухгалтерського обліку [2].

Бутинець Ф.Ф. дає таке визначення: «Управлінський (внутрішньогосподарський) облік – облік, у якому формуються показники для різних внутрішніх і зовнішніх потреб: обчислення собівартості придбаних матеріалів, виготовлення продукції, виконаних робіт, наданих послуг; визначення витрат, розрахунок доцільності виконаних робіт тощо» [3, с. 27].

Чижевська Л.В., Герасимчук Н.В. «Під управлінським обліком розуміють процес виявлення, виміру, накопичення, аналізу, підготовки, інтерпретації, що використовується управлінською ланкою для планування, оцінки і контролю в середині підприємства» [4, с. 11].

Голов С.Ф., Єфіменко В.І. «Управлінський облік – це процес виявлення, виміру, накопичення, аналізу, підготовки, інтерпретації, що використовується управлінською ланкою для планування, оцінки і контролю в середині організації і для забезпечення відповідного підзвітного використання ресурсів» [5, с. 246].

Желюк Л.О. «Облік, який дає зібрати необхідну інформацію в межах і за межами підприємства для прийняття оптимального рішення в конкретній ситуації» [6, с. 26].

Лучко М.Р. «Управлінський облік – це процес підготовки облікової інформації, про діяльність господарських підприємств (організацій), користувачами якої можуть бути будь які, і яка необхідна менеджеру для планування, контролю і прийняття обґрунтованих управлінських рішень з поточної виробничої комерційної діяльності фірми (компанії)» [7].

Нападовська Л.В. «Управлінський облік – це система інтегрованої інформації (облікової, планової,

нормативної, аналітичної, технічної, технологічної та ін.), необхідної керівництву для прийняття оптимальних управлінських рішень на різних рівнях управління. Метою управлінського обліку є створення та підтримка у реальному стані системи інформації для управління підприємством» [8].

Нападовська Л.В. виділяє також загальносистемні принципи управлінського обліку: методологічного плюралізму, орієнтації обліку на досягнення стратегічних цілей підприємства, результативності, відповідальності за прийняття рішень, комплексності, «різної собівартості для різних цілей», економічності [9, с. 59].

Нападовська Л.В. сформулювала головні критерії вимог до управлінського обліку: відповідність потребам управління, постійне удосконалення, активний вплив на систему управління з метою постійного підтвердження своєї корисності [8].

Садовська І. говорить, що управлінський облік – це процес виявлення, вимірювання, накопичення, аналізу, підготовки, інтерпретації та підготовки інформації, що використовується управлінською ланкою для планування, оцінки та контролю в середині підприємства [10, с. 416].

Сопко В. Дає таке трактування: «Внутрішньогосподарський облік (так званий управлінський, виробничий, контролінг) не є самостійним бухгалтерським обліком. Це є продовження, а точніше подальше поглиблення, деталізація даних бухгалтерського фінансового обліку в частині витрат і доходів діяльності, коли розкривається ефективність придбаних ресурсів, їх переробки, технологічних і організаційних рішень, мотивації тощо» [11, с. 373; 22, с. 411].

Пушкар М.С. говорить, що управлінський облік – «...групування витрат і різні розрахунки, зв'язані з визначенням собівартості становлять його суть [12].

Друри К. «Управленческий учет обслуживает менеджеров (руководителей) в середине организации (предприятия), выдавая им информацию для принятия решений планирования, контроля и регулирования прямых производственных затрат (себестоимости продукции) для составления финансовых отчетов» [13, с. 13].

Карпова Т.П. «Сущность управленческого учета – интегрированная система учета затрат и доходов, нормирования, контроля и анализа, систематизирующая информацию для управленческих решений и координации проблем будущего развития предприятия» [14, с. 29].

Б. Нідлз, Х. Андерсон, Д. Колдуелл при тлумаченні управлінського обліку роблять акцент і докладно розшифровують споживачів інформації, визначаючи його призначення для внутрішніх операцій. «Управлінський облік є продовженням фінансового обліку й застосовується насамперед для відображення внутрішніх операцій компанії. Його призначення – забезпечити інформацією менеджерів, відповідальних за досягнення конкретних виробничих цілей. До бухгалтерської інформації, створеної підготовленої для використання керівниками, застосовуються інші правила, ніж до інформації, призначеної для зовнішніх користувачів, що не працюють безпосередньо в компанії» [15, с. 41].

Хорнгрен Ч.Т., Фостер Дж., Датар Ш. «Управленческий учет – это система сбора и группировки финансовой и нефинансовой информации, на основе которой менеджеры принимают решения для достижения целей организации» [16, с. 27].

Шеремет А.Д. дає таке визначення: «Управленческий учет – подсистема бухгалтерского учета, контроля в рамках одной организации, которая обеспечивает ее управленческий аппарат информацией, используемой для планирования, собственного управления и контроля за деятельностью организации. Этот процесс включает выявление, измерение, сбор, анализ, подготовку, интерпретацию, передачу и прием информации, необходимой управленческому аппарату для выполнения его функций» [17, с. 17].

На думку авторів В.Б. Моссаковского та С.Я. Бублика запровадження управлінського обліку в підприємствах України вимагає висвітлення трьох моментів: по-перше, уточнення функцій управлінського обліку та виконавців; по-друге, формування інформації про понесені підприємством витрати на операційні потреби, вихід продукції та результати діяльності; по-третє, здійснення організаційних заходів [18].

Найістотношою вимогою до управлінського обліку є активний вплив на систему управління з метою постійного підтвердження своєї функціональної корисності.

Основою управління є ефективне використання ресурсів інформаційної системи підприємства, в першу чергу, внутрішніми користувачами – менеджерами підприємства.

У системі інформаційних ресурсів суб'єктів господарювання науковці і практики стали виділяти управлінський облік як основу системи інформаційного забезпечення процесу управління.

Бородкін О.С. вважав, що бухгалтерський облік як інформаційна система є в цілому управлінським обліком. Він заперечував щодо того, що до управлінського обліку відносять тільки облік витрат і калькулювання собівартості, констатував, що управлінська функція обліку неможлива без інформації всіх інших підрозділів (топологічних ділянок) бухгалтерського обліку. Тобто бухгалтерський облік – це інтегрована інформаційна система, яка не має підстав для поділу її на два автономні види обліку: фінансовий та управлінський [19].

На думку Пушкар М.С., Щирби М.Т., інформаційні системи відносяться до систем, які розвиваються, що зумовлено постійним розширенням і зміною потреб споживачів інформації під впливом оточуючого середовища, зміною технічних засобів та розширенням програмного забезпечення [20, с. 25].

Головну мету управлінського обліку вітчизняні науковці часто звужують до підготовки достовірної інформації з метою управління витратами [19, с. 34], що підкреслює виключну актуальність цього аспекту обліку.

Основою внутрішньоуправлінських інформаційних потоків є системи нормативно-планових джерел та обліку. Функціонування інших систем інформаційного забезпечення управління підприємством – аналізу, контролю, прогнозування, інших – базуються на застосуванні вихідних інформаційних потоків системи обліку. Управлінський облік ототожнюють з інтегрованою системою інформації, що поєднує в собі планування, нормування, організацію виробництва, маркетинг, бухгалтерський облік, регулювання,

стимулювання, ціноутворення тощо.

Управлінський облік як сукупність різних наук розглядати не є правомірним, оскільки втрачається розуміння власне процесу прийняття управлінських рішень та обліку [15, с. 54-56].

Більшість менеджерів виявляють інтерес до впровадження управлінського обліку як засобу удосконалення системи інформаційного забезпечення підприємства. Проте практиками управлінський облік розглядається тільки як додатковий інструмент достовірності визначення виробничої собівартості готової продукції. Відбувається звуження проблемного управлінського обліку до функцій систематичного виробничого.

Організація управлінського обліку дозволяє керівництву, в першу чергу, вирішити проблеми операційної діяльності. За своєю сутністю, ця система є сукупністю форм управлінських звітів, які надають можливість менеджерам аналізувати процес формування витрат; розподілити витрати за видами продукції, відділами (підрозділами) підприємства та напрямками діяльності; здійснити необхідні аналітичні розрахунки (точки беззбитковості, рентабельності, оборотності активів, вартості одного робочого місця, ринкової вартості бізнесу компанії, структури витрат тощо); прослідкувати за ефективністю попередніх управлінських рішень. Управлінський облік має на меті надання допомоги спеціалістам та керівникам фірм і, особливо, об'єднань при прийнятті управлінських рішень.

Суттєвими проблемами на шляху формування та забезпечення ефективного функціонування управлінського обліку для вітчизняних підприємств є такі: 1) більше половини оперативної інформації, що використовується менеджерами для контролю та оцінювання господарської діяльності, формується поза офіційною системою бухгалтерського обліку в цілому, і тому ведення управлінського обліку не зможе поліпшити ситуацію; 2) набуває особливого змісту проблема, що дані управлінського обліку будуть використовуватись не тільки для управління, скільки для погодження з даними фінансового (бухгалтерського) обліку та подальшого їх уточнення та виправлення; 3) на сьогодні в більшості підприємств бухгалтерський облік не є основним джерелом інформації для задоволення потреб системи управління. Бухгалтери вітчизняних підприємств завантажені роботою з реєстрації поточних фактів господарської діяльності, тому позбавлені можливості надавати будь-яку практичну допомогу адміністрації підприємства. Працівники бухгалтерії тепер основну увагу зосереджують на вирішенні питань обліку з метою оподаткування підприємства; 4) необхідно будувати систему управлінського обліку з обов'язковим урахуванням її ефективності тому, що недостача звітної інформації, необхідної для прийняття управлінських рішень, так само небезпечна, як і наявність надлишкової управлінської інформації, яка розсіває увагу адміністрації і перешкоджає вивченню фактів і зосередженню на вирішенні головних завдань.

Отже, можна зробити такий висновок, що система управлінського обліку повинна проектуватися під конкретне підприємство, враховуючи сукупність факторів, серед яких особливу увагу приділяють внутрішнім. На сьогоднішній день, впровадження системи управлінського обліку передбачає три ключові моменти: 1) опанування теоретичної основи – розуміння сучасної концепції управлінського обліку, 2) розробка методичної основи (моделі), необхідної для підприємства системи управлінського обліку витрат; 3) технічне рішення.

Список використаних джерел:

1. Про бухгалтерський облік та фінансову звітність в Україні: Закон України від 16.07.99 р. № 996-XIV.
2. Бородин А.С. Управленческий учет – система оперативного управления предприятием // Вісник ЖІТІ. Наук. збірник. – 2000. – № 12. – С. 71-76.
3. Бутинець Ф.Ф. Теорія бухгалтерського обліку. Частина 1 / Ф.Ф. Бутинець. – Житомир: ЖІТІ, 1996.
4. Бутинець Ф.Ф. Бухгалтерський управлінський облік / Бутинець Ф.Ф., Чижевська Л.В., Герасимчук Н.В. – Житомир: ПП «Рута», 2000. – 448 с.
5. Голов С.Ф. Фінансовий та управлінський облік. / Голов С.Ф., Єфіменко В.І. – К.: ТОВ «Автоінтерсервіс», 1996. – 739 с.
6. Бухгалтерський облік виконання бюджетів / Желюк Л.О., Іванченко Ю.М., Лучко М.Р. – Тернопіль: «Економічна думка», 2006. – 306 с.
7. Лучко М.Р. Бухгалтерський облік в управлінні бізнесом. Зарубіжний довід / Лучко М.Р. – К.: Облікінформ, 1997. – 147 с.
8. Нападівська Л.В. Управлінський облік в системі гірничорудних підприємств. – рукопис. Дис. доктора ек. наук: 08.06.04 / Нападівська Любов Василівна. – Київ: КНЕУ, 2002.
9. Нападівська Л.В. Управлінський облік: підручн. / Нападівська Л.В. – К.: Книга, 2004. – 544 с.
10. Садовська І.Б. Бухгалтерський облік: навч. посіб. / І.Б. Садовська, Т.В. Божидарнік, К.Є. Нагірська. – К.: «Центр учбової літератури», 2013. – 688 с.
11. Сопко В. Бухгалтерський облік: навч. посіб. / Сопко В. – К.: КНЕУ, 2000. – 400 с.
12. Пушкар М.С. Тенденції та закономірності розвитку бухгалтерського обліку в Україні (теоретико-методологічні аспекти): Монографія / Пушкар М.С. – Тернопіль: Економічна думка, 1999. – 245 с.
13. Друри К. Введение в управленческий учет и производственный учет / Друри К. – М.: Аудит, ЮНИТИ, 1997. – 560 с.
14. Карпова Т.П. Управленческий учет / Карпова Т.П. – М.: Аудит, ЮНИТИ, 2000. – 350 с.
15. Нидлз Б. Принципы бухгалтерского учета: Пер. с англ. / Б. Нидлз, Х. Андерсон, Дж. Колдуэлл. – М.: Финансы и статистика, 1996.
16. Хорнгрен Ч.Т. Управленческий учет / Хорнгрен Ч.Т., Фостер Дж., Датар Ш. – СПб.: Питер, 2007. – 1008 с.
17. Шеремета А.Д. Управленческий учет / Под ред. А.Д. Шеремета. – М.: ИДФБК, Пресс, 1999. – 512 с.
18. Моссаковский В.Б. Управлінський облік та його особливості у сільському господарстві / В.Б. Моссаковский, Бублик С.Я. // Облік і фінанси АПК. – 2006. – № 1. – С. 5-15.
19. Бородин О. Внутрішньогосподарський (управлінський) облік: концепція і організація // Бухгалтерський облік і аудит. – 2001. – № 2. – С. 45-53.
20. Пушкар М.С., Щирба М.Т. Фінансовий облік у системі управління: Монографія / Пушкар М.С., Щирба М.Т. – Тернопіль: Карт-Бланш, 2006. – 178 с.

СТАНОВЛЕННЯ УПРАВЛІНСЬКОГО ОБЛІКУ В МЕНЕДЖМЕНТІ ПІДПРИЄМСТВА

ГУДАН К., 1 курс (ОС «бакалавр») ФОФЕД ЧТЕІ КНТЕУ
спеціальність «Облік і оподаткування»
наук. кер. Багрій К.Л.

Стаття присвячена дослідженню особливостей обліку виробничих запасів на підприємстві. Охарактеризовано складові забезпечення якості ведення бухгалтерського обліку. Визначено передумови правильної організації обліку виробничих запасів. Охарактеризовано основні завдання обліку виробничих запасів.

The article is devoted to the study of the characteristics of inventory accounting at the enterprise. The components of ensuring the quality of accounting are characterized. The prerequisites for proper organization of inventory accounting are determined. The main tasks of inventory accounting are described.

Однією з обов'язкових умов здійснення процесу виробництва є забезпечення його виробничими запасами, з яких або за допомогою яких здійснюється виробництво продукції. Виробничі запаси на підприємствах України є найбільш важливою і значною частиною активів підприємства, вони займають особливе місце не лише у складі майна підприємства, а й у структурі витрат. Виробничі запаси також виступають основною складовою при формуванні собівартості готової продукції. Запаси відносяться до оборотних активів, тому можуть бути перетворені на грошові кошти протягом року, або одного операційного циклу. У впровадженні економічних відносин ринкового спрямування велика роль належить організації бухгалтерського обліку виробничих запасів, що і обумовило актуальність теми.

Проблеми організації та методології бухгалтерського обліку виробничих запасів досліджували вітчизняні вчені Н. Борщ, Т.А. Бутинець, Ф.Ф. Бутинець, І. Буфатіна, С.В. Голов, Н.М. Грабова, С.І. Дерев'янка, Т.М. Джинжиристий, В.П. Завгородній, Г.Г. Кірейцев, О.В. Мурашко, М.Ф. Огічук, А.В. Озеран, В.О. Озеран, П.Т. Саблук, В.В. Сопко, Л.К. Сук, П.Л. Сук, Н.М. Ткаченко, С.М. Хмелевський, Л.В. Чижевська, Л.С. Шатковська, В.М. Шваб. Вагомий внесок у дослідження даної проблеми зробили іноземні вчені: С.В. Абрамов, Р.Н. Антоні, С.А. Виравов, П.А. Костюк, О.А. Кролі, А.Ш. Маргуліс, Б. Нідлз та інші.

Незважаючи на значний внесок вітчизняних науковців на основі еволюції теоретичних здобутків попередників, не вирішеними залишається відсутність чіткого визначення поняття «виробничі запаси» для потреб бухгалтерського обліку, досягнення її конвенційності в напрямі узгодження з МСФЗ зокрема, щодо умов визнання запасів і основних понять, пов'язаних з ними; рекомендацій щодо використання методів оцінки запасів; розкриття інформації про запаси у формах фінансової звітності і виходу на міжнародний ринок.

Головною метою статті є обґрунтування теоретичних, методичних і практичних питань організації обліку використання виробничих запасів на підприємствах.

Головні засади бухгалтерського обліку виробничих запасів визначаються Положенням (стандартом) бухгалтерського обліку 9 «Запаси» (із змінами, внесеними згідно з Наказом Мінфіну № 304 від 30.11.2000), який вступив в дію з 1 липня 2000 року. Це положення (стандарт) визначає методологічні засади формування в бухгалтерському обліку інформації про запаси, а також розкриття інформації про них у фінансовій звітності.

Норми Положення (стандарту) 9 застосовуються підприємствами, організаціями та іншими юридичними особами (далі – підприємства) усіх форм власності (крім бюджетних установ). Положення (стандарт) 9 не поширюється на незавершені роботи за будівельними контрактами, включаючи контракти з надання послуг, що безпосередньо пов'язані з ними; фінансові активи; поточні біологічні активи, якщо вони оцінюються за справедливою вартістю [1].

Бухгалтерський облік на підприємствах України ведеться з дня реєстрації підприємства, це підтверджується Законом України «Про бухгалтерський облік та фінансову звітність в Україні» N 996-XIV від 16 липня 1999 року. Цей Закон визначає правові засади регулювання, організації, ведення бухгалтерського обліку та складання фінансової звітності в Україні. Цей Закон поширюється на всіх юридичних осіб, створених відповідно до законодавства України, незалежно від їх організаційно-правових форм і форм власності, а також на представництва іноземних суб'єктів господарської діяльності (далі – підприємства), які зобов'язані вести бухгалтерський облік та подавати фінансову звітність згідно з законодавством [2].

Метою ведення на підприємствах України бухгалтерського обліку і складання фінансової звітності є надання користувачам для прийняття рішень повної, правдивої та неупередженої інформації про фінансове становище, результати діяльності та рух грошових коштів підприємства.

Бухгалтерський облік є обов'язковим видом обліку, який ведеться підприємством. Фінансова, податкова, статистична та інші види звітності, що використовують грошовий вимірник, ґрунтуються на даних бухгалтерського обліку. І тому правильне ведення бухгалтерського обліку є гарантом своєчасності нарахування і сплати податків і обов'язкових платежів.

Ведення бухгалтерського обліку на підприємствах України ґрунтується на таких основних принципах: обачність – застосування в бухгалтерському обліку методів оцінки, які повинні запобігати заниженню оцінки зобов'язань та витрат і завищенню оцінки активів і доходів підприємства; повне висвітлення – фінансова звітність повинна містити всю інформацію про фактичні та потенційні наслідки господарських операцій та подій, здатних вплинути на рішення, що приймаються на її основі; автономність – кожне підприємство розглядається як юридична особа, відокремлена від її власників, у зв'язку з чим особисте майно та зобов'язання власників не повинні відображатися у фінансовій звітності підприємства; послідовність – постійне (із року в рік) застосування підприємством обраної облікової політики; безперервність – оцінка активів та зобов'язань підприємства здійснюється виходячи з припущення, що його діяльність буде тривати далі; нарахування та відповідність доходів і витрат – для визначення фінансового результату звітного періоду необхідно порівняти доходи звітного періоду з витратами, що були здійснені для отримання цих доходів. При цьому доходи і витрати відображаються в бухгалтерському обліку та фінансовій звітності в момент їх виникнення, незалежно від дати надходження або сплати

грошових коштів; превалювання сутності над формою – операції обліковуються відповідно до їх сутності, а не лише виходячи з юридичної форми; історична (фактична) собівартість – пріоритетною є оцінка активів підприємства, виходячи з витрат на їх виробництво та придбання; єдиний грошовий вимірник – вимірювання та узагальнення всіх господарських операцій підприємства у його фінансовій звітності здійснюється в єдиній грошовій одиниці; періодичність – можливість розподілу діяльності підприємства на певні періоди часу з метою складання фінансової звітності [2].

Питання організації бухгалтерського обліку на підприємстві належать до компетенції його власника (власників) або уповноваженого органу (посадової особи) відповідно до законодавства та установчих документів. Відповідальність за організацію бухгалтерського обліку та забезпечення фіксування фактів здійснення всіх господарських операцій у первинних документах, збереження оброблених документів, реєстрів і звітності протягом встановленого терміну, але не менше трьох років, несе власник (власники) або уповноважений орган (посадова особа), який здійснює керівництво підприємством відповідно до законодавства та установчих документів.

Підприємство самостійно обирає форму бухгалтерського обліку як певну систему реєстрів обліку, порядку і способу реєстрації та узагальнення інформації в них з дотриманням єдиних засад. Розробляє систему і форми внутрішньогосподарського (управлінського) обліку, звітності і контролю господарських операцій, визначає права працівників на підписання бухгалтерських документів. Затверджує правила документообігу і технологію обробки облікової інформації, додаткову систему рахунків і реєстрів аналітичного обліку. Може виділяти на окремий баланс філії, представництва, відділення та інші відокремлені підрозділи, які зобов'язані вести бухгалтерський облік, з наступним включенням їх показників до фінансової звітності підприємства.

Для забезпечення ведення бухгалтерського обліку підприємство самостійно обирає форми його організації: введення до штату посади бухгалтера або створення бухгалтерської служби на чолі з головним бухгалтером (є найпоширенішою формою); користування послугами спеціаліста з бухгалтерського обліку, зареєстрованого як підприємець, який здійснює підприємницьку діяльність без створення юридичної особи; ведення на договірних засадах бухгалтерського обліку централізованою бухгалтерією або аудиторською фірмою; самостійне ведення бухгалтерського обліку безпосередньо власником або керівником підприємства. Ця форма не може застосовуватись на підприємствах, звітність яких повинна оприлюднюватись [2].

Керівник підприємства зобов'язаний створити необхідні умови для правильного ведення бухгалтерського обліку, забезпечити неухильне виконання всіма підрозділами, службами та працівниками, причетними до бухгалтерського обліку, правомірних вимог бухгалтера щодо дотримання порядку оформлення та подання до обліку первинних документів.

Виробничі запаси займають особливе місце у складі майна і є найбільш важливою та значною частиною активів підприємства. При переході діяльності економічних суб'єктів на ринкові відносини, що потребують об'єктивної зміни бухгалтерського обліку наближення його до міжнародних стандартів, правильна організація бухгалтерського обліку виробничих запасів є необхідною умовою для діяльності підприємства.

Тому, необхідними передумовами правильної організації обліку запасів є: раціональна організація складського господарства; - розробка номенклатури запасів; наявність інструкції з обліку виробничих запасів; правильне групування (класифікація) запасів; розробка норм витрачання запасів [3, с. 127].

Важливим аспектом щодо організації обліку виробничих запасів на підприємствах України є стан організації аналітичного і синтетичного обліку. Згідно Плану рахунків бухгалтерського обліку для обліку виробничих запасів використовують рахунок 20 «Виробничі запаси» [4]. Для одержання деталізованої інформації, необхідної для управління запасами за їх окремими видами і процесами, організовується аналітичний облік. З цією метою до окремих рахунків синтетичного обліку та субрахунків відкриваються рахунки аналітичного обліку. Аналітичний облік запасів дозволяє отримати інформацію про їх обсяг в цілому і за кожним видом окремо.

Для правильно організації обліку запасів на підприємстві, перш за все, необхідно виділити основні завдання обліку виробничих запасів: контроль за виконанням плану матеріальнотехнічного забезпечення; відображення витрат на закупівлю й транспортування запасів (матеріалів), результатів постачання; виявлення відхилень від планової собівартості придбаних матеріалів; контроль за залишками і рухом матеріалів на складах наявністю і рухом матеріалів в процесі їх заготівлі; спостереження за станом складських запасів, за відповідністю їх нормативам, контроль за їх зберіганням; контроль за лімітом відпуску матеріалів на виробничі потреби, витрати і списуванням їх вартості у витрати виробництва; контроль за дотриманням норм; правильний розподіл матеріалів за об'єктами калькуляцій; виявлення непотрібних матеріалів, що підлягають реалізації.

Від правильно організованого документування господарських засобів залежить правильність списання вартості запасів на виробництво, оцінка незавершеного виробництва, відображення у звітності, існують типові первинні документи з обліку руху запасів. Проте, головний бухгалтер на свій розсуд повинен визначитися з тим, які документи доцільно використовувати саме на його підприємстві, враховуючи розміри та специфіку підприємства (матеріальне виробництво, будівництво, транспорт тощо).

Структура документообігу повинна бути такою, щоб забезпечити вчасне надходження необхідної інформації як для обліку, так і для контролю й оперативного управління рухом матеріальних запасів. Запаси, що надходять на підприємство, приймаються за кількістю та якістю.

Складський облік організовується за видами об'єктів, що зберігаються, за місцями зберігання, за кількістю запасів. За необхідністю складський облік організовують за партіями надходження запасів. Склади повинні бути забезпечені вимірювальними приладами. Облік матеріалів на складі здійснюється комірником (який є МБО).

Аналітичний облік виробничих запасів на складах ведеться за допомогою карток складського обліку,

що розміщуються в картотеці за технічними групами виробничих запасів відповідно до номенклатури-цінника. Дані за аналітичними рахунками узагальнюються в оборотних відомостях. Бухгалтер повинен перевіряти стан складського обліку за графіком, але не рідше 1 разу на місяць.

Для забезпечення своєчасного відображення господарських операцій в реєстрах бухгалтерського обліку на підприємстві повинні бути чітко визначені терміни передачі первинних документів до бухгалтерії для відповідного їх оформлення (складання графіків надходження до бухгалтерії первинних документів та складання зведених графіків) [5, с. 386-390].

Для організації бухгалтерського обліку запасів необхідно визначити номенклатуру синтетичних та аналітичних рахунків виробництва і об'єктів калькулювання. Номенклатура запасів обов'язково повинна містити наступні дані про кожен окремо обліковуваний вид запасів: технічно вірну назву; повну технічну характеристику (сорт, розмір, марка); одиницю виміру і номенклатурний номер.

Номенклатурний номер може бути цифровим, літерним або комбінованим. Найбільш розповсюдженими є цифрові номери, які розробляються за серійною або десятичною системою.

При серійній нумерації весь перелік запасів розділяють на групи за обраними ознаками. Такою ознакою є призначення певного виду запасів. Кожен вид поділяється на групи; в кожній групі для певного виду запасів визначається його порядковий номер. На підставі номерів груп чи підгруп встановлюються номенклатурні номери запасів, які використовуються усіма службами на підприємстві.

Контроль за виконанням плану договорів, своєчасним надходженням і оприбуткуванням матеріалів здійснює служба постачання. З цією метою ведуться відомості (машинограми) оперативного обліку виконання договорів поставки, де відмічається виконання умов договору про поставку за асортиментом матеріалів, їх кількістю, ціною, строками відвантаження тощо. Бухгалтерія здійснює контроль за організацією даних оперативного обліку.

Кількісний облік готової продукції за її видами і місцями зберігання може бути організований за допомогою сортових карток складського обліку або без картоквим способом.

Отже, найбільш важливою і значною частиною активів підприємства, є запаси – вони займають особливе місце у складі майна та домінуючі позиції у структурі витрат підприємств різних сфер діяльності. Ефективність господарської діяльності підприємств в значній мірі залежить від оцінки та раціонального використання виробничих запасів. Запаси займають особливе місце у складі майна підприємства, вони призначені для виробництва товарів і послуг або для перепродажу протягом короткого періоду часу і відносяться до складу оборотних активів, оскільки можуть бути перетворені на грошові кошти протягом року або одного операційного циклу, тому правильна організація обліку виробничих запасів є важливою передумовою раціонального їх використання.

року або одного операційного циклу, тому правильна організація обліку виробничих запасів є важливою передумовою раціонального їх використання.

Список використаних джерел:

1. Положення (стандарт) бухгалтерського обліку 9 «Запаси», затверджене наказом Міністерства фінансів України від 20.10.1999 № 246 // Режим доступу: [Електронний ресурс] www.buhgalter.911.ua (із змінами і доповненнями від 17 грудня 2012 року № 1343).
2. Закон України «Про бухгалтерський облік та фінансову звітність в Україні» від 16.07.99 № 996-XIV [Електронний ресурс]: – Режим доступу: <http://zakon.rada.gov.ua/cgi-bin/laws/main.cgi>
3. Бутинець Ф. Ф. Бухгалтерський фінансовий облік: підручник для студентів спеціальності «Облік і аудит» вищих навчальних закладів / За редакцією проф. Ф. Ф. Бутинця. – 5-те вид. – Житомир: ПП «Рута», 2007. – 726 с.
4. План рахунків бухгалтерського обліку активів, капіталу, зобов'язань і господарських операцій суб'єктів малого підприємництва [Електронний ресурс]: наказ Міністерства фінансів України від 19 квітня 2001 р. № 186. – Режим доступу: <http://zakon.rada.gov.ua>
5. Чабанюк О. А. Організація документообігу як засіб удосконалення обліку наявності та руху виробничих запасів [Текст] / О. А. Чабанюк // Фінанси, облік і аудит: Збірник наукових праць. – К.: КНЕУ.-2011. – Вип. 18 – С. 386-390.

ХАРАКТЕРИСТИКА ВИТРАТ ЯК ОБ'ЄКТА ФІНАНСОВОГО ТА УПРАВЛІНСЬКОГО ОБЛІКУ ПІДПРИЄМСТВА

**КОЗАРЮК Р., 1 курс (ОС «магістр») ФОФЕД ЧТЕІ КНТЕУ
спеціальність «Облік і оподаткування»**

наук. кер. Багрій К.Л.

Стаття присвячена дослідженню сутності та теоретичним аспектам функціонування системи бухгалтерського обліку підприємства. Визначено складові системи бухгалтерського обліку. Наведено якісні та кількісні параметри оцінки ефективності системи бухгалтерського обліку підприємства. Встановлено залежність між організаційними аспектами функціонування системи бухгалтерського обліку та її ефективністю.

The article is devoted to the study of the essence and theoretical aspects of the functioning of the accounting system of the enterprise. The components of the accounting system are determined. The qualitative and quantitative parameters of an estimation of efficiency of the system of the accounting of the enterprise are given. Dependence between organizational aspects of the functioning of the accounting system and its efficiency is established.

Ефективність фінансово-господарської діяльності суб'єкта господарювання в значній мірі залежить від побудови ефективної системи управління, що значною мірою залежить від якісних параметрів внутрішніх взаємозв'язків між підсистемами системи управління. Вагомими взаємозв'язками із системою управління характеризується інформаційна система підприємства в основі якої домінуючою складовою є система бухгалтерського обліку. Важливість бухгалтерського обліку в системі управління пов'язана з необхідністю генерування масивів релевантної інформації на всіх етапах прийняття управлінських рішень.

Організація та ведення бухгалтерського обліку – імперативна норма створення та функціонування будь-якого суб'єкта господарювання. Проте на практиці основними цілями системи бухгалтерського обліку залишаються дії облікового персоналу, спрямовані на складання фінансової звітності підприємства, залишаючи без належної уваги облікові процедури як інструменту інформаційного забезпечення системи

управління. За даних умов ефективність функціонування системи бухгалтерського обліку піддається сумніву. Проте, з метою виконання поставлених управлінських цілей, незважаючи на досить абстрактне трактування категорії «ефективність», управлінському персоналу підприємства слід оцінювати функціонування системи бухгалтерського обліку за кількісними та якісними параметрами задля вирішення ідентифікованих проблем інформаційного забезпечення системи управління.

Дослідженню теоретичних та практичних аспектів функціонування системи бухгалтерського обліку на підприємстві приділена значна увага як зарубіжних так і вітчизняних науковців, зокрема: Ф.Ф. Бутинця, Л. Гордона, М. Дестгіра, Ю.А. Кузьмінського, С.А. Кузнєцової, О.А. Лаговської, Д. Міллера, Л.В. Нападовської, А. Ніколеоу, М.Л. Пятова, Х. Саяді, Я.В. Соколова, Х. Хашем-Неяда та інших.

Проте, не применшуючи значення результатів вже існуючих наукових розвідок в рамках порушеної проблеми, слід зауважити про необхідність продовження науково-практичних досліджень ефективності функціонування системи бухгалтерського обліку. Причиною такого стану речей є багатоаспектність системи бухгалтерського обліку, яка продиктована змінами у внутрішньому і зовнішньому середовищі функціонування суб'єкта господарювання, динамізмом умов господарювання та ускладненням управлінського процесу.

Мета статті полягає у розкритті сутності системи бухгалтерського обліку на підприємстві, здійснити ідентифікацію якісних та кількісних аспектів оцінки ефективності її функціонування.

Бухгалтерський облік – процес виявлення, вимірювання, реєстрації, накопичення, узагальнення, зберігання та передачі інформації про діяльність підприємства зовнішнім та внутрішнім користувачам для прийняття рішень. Дане визначення характеризує сутність та цільові орієнтири бухгалтерського обліку з точки зору процедурного підходу. В цілях побудови системи управління бухгалтерський облік слід розглядати як процес ідентифікації релевантної фінансової та нефінансової інформації, її вимірювання та передачу користувачам, що дозволяє їм продукувати обґрунтовані судження і приймати управлінські рішення, раціональні у своїй побудові.

Система бухгалтерського обліку функціонує з метою надання користувачам (суб'єктам запиту) необхідної інформації для прийняття управлінських рішень. Дане твердження при дослідженні значення бухгалтерського обліку в управлінні підприємством вимагає розуміння процесу прийняття управлінських рішень та ідентифікації користувачів облікової інформації, їх інформаційних запитів.

Отже, важливою передумовою побудови ефективної системи бухгалтерського обліку на підприємстві, здатної максимально задовольняти інформаційні потреби користувачів, є визначення кількісних та якісних параметрів оцінки її ефективності. Для виконання даного завдання доцільно розкрити сутність системи бухгалтерського обліку та її складових.

Бутинець Ф.Ф. систему бухгалтерського обліку розглядає як сукупність елементів певного змісту і форми, які пов'язані між собою і об'єднані в єдине ціле відповідною взаємодією, і надають інформацію про стан та рух ресурсів підприємства, про характер і результати господарської діяльності в єдиному грошовому вимірнику [1, с. 127]. На думку Ю.А. Кузьмінського система бухгалтерського обліку – це методи і методика їх застосування, форми, за якими ведеться бухгалтерський облік [2, с. 9]. Нападовська Л.В. вважає, що система бухгалтерського обліку складається з набору практично не пов'язаних між собою локальних завдань – окремих об'єктів бухгалтерського обліку [3, с. 5]. Кузнєцова С.А. стверджує, що система бухгалтерського обліку – це сукупність процесів збору, вимірювання, зберігання, аналізу, складання звітності. Це облікова система або така сукупність взаємодіючих між собою елементів, яка утворює визначену цілісність, володіє певними інтегральними властивостями та може виконувати в середовищі певні функції [4, с. 15].

Лаконічно та узагальнено підходять до трактування суті системи бухгалтерського обліку зарубіжні дослідники, такі як, Ф.К. Беа, Е. Дихтл, М. Швайтцер: «система бухгалтерського обліку є основою інформаційної системи з метою надання інформації для управління підприємством» [5, с. 21].

Систематизуючи та аналізуючи визначення системи бухгалтерського обліку, що наведені науковцями, можна зробити наступні висновки: 1) система бухгалтерського обліку – це сукупність взаємопов'язаних елементів, які пов'язані між собою методами і методиками їх оброблення; 2) кожний з елементів системи покликаний виконувати індивідуальні, а в сукупності – загальні завдання інформаційного забезпечення системи управління; 3) елементи системи є носіями інформації про ресурси та результати господарської діяльності підприємства.

В умовах глобалізації економічних процесів, посилення конкурентної боротьби та підвищення невизначеності умов господарювання до системи бухгалтерського обліку висувуються додаткові вимоги, пов'язані із оцінкою тенденцій розвитку зовнішнього суспільного та економічного середовища. А виконання завдань управлінського процесу вимагає від системи бухгалтерського обліку продукування даних в альтернативних оцінках та даних спрямованих на оцінку об'єктів, явищ та процесів у перспективі. За таких умов під системою бухгалтерського обліку підприємства слід розуміти сукупність елементів, які взаємопов'язані між собою та є носіями інформації про об'єкти внутрішнього та зовнішнього середовища, щодо яких можливе застосування різних альтернативних методів та методик оброблення в залежності від поставлених управлінських завдань.

Складовими системи бухгалтерського обліку на підприємстві є:

1) технологія бухгалтерського обліку (первинне документальне спостереження, документообіг, відображення об'єктів обліку на бухгалтерських рахунках, аналітичний облік, облікові реєстри, звітність тощо);

2) виконання посадових обов'язків обліковими працівниками (організаційна структура бухгалтерської служби, права, обов'язки та відповідальність облікових працівників, кваліфікаційні вимоги до облікових працівників тощо);

3) інформаційне, технічне, ергономічне та інші види забезпечення обліку (рух облікової інформації,

методи і засоби подання облікових даних, забезпечення облікових працівників нормативними даними та технічними засобами, умови праці облікових працівників тощо);

4) перспективний розвиток бухгалтерського обліку (зміни бухгалтерського законодавства, умов господарювання, організаційної структури управління, виробничої структури, плани розвитку бухгалтерського обліку, недоліки функціонуючої системи бухгалтерського обліку тощо).

Деталізація складових системи бухгалтерського обліку не є обмеженою. Процес поділу досліджуваної системи на складові здійснюється з метою та в масштабах визначення ідентифікації необхідних елементів щодо яких слід застосувати критерії оцінки ефективності.

Перш ніж навести якісні та кількісні параметри оцінки ефективності системи бухгалтерського обліку звернемо увагу на бачення вітчизняних та зарубіжних науковців щодо порушеного питання. Ніколеу А. для оцінки ефективності функціонування системи бухгалтерського обліку на підприємстві пропонує використовувати показники, які характеризують рівень задоволення користувачів якістю інформації, а саме: зміст інформації, що надається користувачам, достовірність та точність, форма представлення, легкість використання, вчасність. На думку Л. Гордона та Д. Міллера такими ознаками є показники, які характеризують обсяг нефінансової інформації та інформації про зовнішнє середовище, яка генерується системою бухгалтерського обліку, частота звітності та адаптивність до потреб структурних підрозділів. Саяді Х., Дестгір М., Хашем-Неяд Х.: «межі інформації, тобто поєднання фінансової та нефінансової, внутрішньої та зовнішньої інформації, своєчасність – здатність системи бухгалтерського обліку задовольняти потреби користувачів шляхом своєчасного надання звітів, агрегування – здатність накопичувати та систематизувати інформацію в межах визначеного періоду часу» [6, с. 51-52].

На думку О.А. Лаговської, яка розглядає систему бухгалтерського обліку як комунікаційний процес, для оцінки ефективності комунікацій облікового типу доцільно використовувати наступні якісні критерії: 1) відповідність змісту представленої інформації потребам користувача, сформованим у відповідному запиті; 2) зрозумілість змісту інформації, представленої користувачу у відповідному обліковому повідомленні; 3) зрозумілість та зручність форми представлення інформації користувачу; 4) наявність зворотного зв'язку із користувачами інформації [7, с. 170-171]. В якості кількісних параметрів можуть використовуватися: 1) оперативність передачі облікової інформації, генерованої системою бухгалтерського обліку на запит реципієнта; 2) витрати на організацію облікових комунікацій та передачу інформації, порівняння їх величини із отриманим ефектом; 3) затрати праці облікових працівників на передачу комунікаційних повідомлень; 4) кількість каналів, що використовуються для передачі інформації, їх пропускну здатність; 5) кількість облікових повідомлень в процесі комунікаційної взаємодії за певний проміжок часу; 6) кількість основних одержувачів інформації, частота отримання ними повідомлень [7, с. 171].

Ефективність будь-якого явища чи процесу вимірюється співвідношенням затрат ресурсів та результатом (ефектом) його функціонування, винятком не став й бухгалтерський облік: «витрати на облік повинні бути завжди меншими за економічний ефект, який отримується від практичного використання його інформації» [8, с. 218]. Проте у випадку оцінки ефективності функціонування системи бухгалтерського обліку даний підхід є проблематичним.

Між процесом управління на підприємстві, результативністю його господарської діяльності та ефективністю системи бухгалтерського обліку наявні безумовні зв'язки. Результатом ефективного управління є отримання прибутку, досягнення стратегічних конкурентних переваг на ринку, підвищення ринкової вартості підприємства тощо. В свою чергу ефективність управління поряд з іншими факторами забезпечується належним інформаційним забезпеченням процесу прийняття управлінських рішень в основу якого покладено функціонування системи бухгалтерського обліку: «... забезпечення ефективного управління підприємством – головна ціль обліку» [8, с. 23]. За даних умов не можна відкидати факти отримання підприємством прибутку чи збільшення його ринкової вартості як свідчення про ефективну організацію та ведення бухгалтерського обліку на підприємстві, і навпаки. Також про ефективність управління в ринкових умовах господарювання свідчить платоспроможний стан підприємства. Його дотримання забезпечується рівномірним надходженням грошових коштів та відповідною синхронністю погашення зобов'язань, дещо ідентичною динамікою дебіторської та кредиторської заборгованостей, раціональним використанням вільних залишків грошових коштів тощо. Прийняття управлінських рішень спрямованих на дотримання платоспроможності підприємства не можливе без формування аналітичних даних системи бухгалтерського обліку про рух грошових коштів та стан розрахунково-платіжної дисципліни. Забезпечення платоспроможного стану діяльності підприємства можна вважати індикатором ефективного функціонування системи бухгалтерського обліку, і навпаки.

Наведені критерії оцінки ефективності системи бухгалтерського обліку спрацьовують за умови використання облікових даних при прийнятті обґрунтованих, оптимальних та конструктивних управлінських рішень. В свою чергу втрата платоспроможності та зниження результативності господарської діяльності внаслідок управлінської помилки не є підставою вважати систему бухгалтерського обліку неефективною.

За результатами проведеного дослідження можна зробити наступні висновки та окреслити напрями подальших досліджень: 1) система бухгалтерського обліку в системі управління підприємством апіорі виконує функцію забезпечення управлінського персоналу усіх рівнів управління, сформованою відповідно до єдиних методологічних засад, аналітичною та узагальненою інформацією, необхідною для поточного та стратегічного планування, аналізу, контролю та прийняття управлінських рішень з метою досягнення визначених цілей господарської діяльності підприємства; 2) важливою передумовою побудови ефективної системи бухгалтерського обліку на підприємстві, здатної максимально задовольняти інформаційні потреби користувачів, є визначення кількісних та якісних параметрів оцінки її ефективності; 3) якісні параметри оцінки ефективності системи бухгалтерського обліку передбачають дослідження чіткості, доречності, зрозумілості, достовірності облікової інформації, що надається користувачам. Кількісні параметри –

спрямовані на аналіз достатності, оперативності, масштабів та витрат підготовки і представлення облікової інформації користувачам.

Список використаних джерел:

1. Бухгалтерський словник / За ред. проф. Ф. Ф. Бутинця. – Житомир, 2001. – 224 с.
2. Кузьмінський Ю. А. Що таке система бухгалтерського обліку? / Ю. А. Кузьмінський // Бухгалтерський облік і аудит. – 2006. – № 6. – С. 8-11.
3. Нападівська Л. Удосконалення системи бухгалтерського обліку в Україні / Л. Нападівська // Бухгалтерський облік і аудит. – 2012. – № 6. – С. 3-7.
4. Кузнєцова С. А. Система бухгалтерського обліку: методологічні та правові аспекти формування / С. А. Кузнєцова // Бухгалтерський облік і аудит. – 2008. – № 4. – С. 15-21.
5. Маренич Т. Сутність бухгалтерського обліку як системи економічного регулювання / Т. Маренич // Бухгалтерський облік і аудит. – 2009. – № 2. – С. 21-26.
6. Бутинець Ф. Ф. Теорія бухгалтерського обліку: Підручник для студентів спеціальності 7.050106 «Облік і аудит» вищих навчальних закладів. / 3-є вид., доп. і перероб. / Ф. Ф. Бутинець. – Житомир: ПП «Рута», 2003. – 444 с.
7. Лаговська О. А. Обліково-аналітичне забезпечення вартісно-орієнтованого управління: теорія та методологія: монографія / О. А. Лаговська. – Житомир: ЖДТУ, 2012. – 676 с.
8. Соколов Я. В. Бухгалтерский учет для руководителя: учеб.-практ. пособие. – 3-е изд., перераб. и доп. / Я. В. Соколов, М. Л. Пятков. – М.: ТК Велби, Изд-во Проспект, 2007. – 232 с.

АВТОМАТИЗАЦІЯ ВЕДЕННЯ БУХГАЛТЕРСЬКОГО ОБЛІКУ НА СУЧАСНОМУ ПІДПРИЄМСТВІ З ВИКОРИСТАННЯМ ПРОГРАМНОГО ЗАБЕЗПЕЧЕННЯ

Крижановська Є.С , З курс(ОС «бакалавр») ФУСОХТ ЧТЕІ КНТЕУ

спеціальність «Менеджмент»

наук. кер. Бурак І.О.

В статті розкрито значення автоматизація ведення бухгалтерського обліку. Визначено основні переваги від впровадження програмних продуктів. Досліджено найпопулярніші програми автоматизованого ведення бухгалтерського обліку, проаналізовано основні їх переваги та недоліки.

The article deals with the importance of automation of accounting. The main advantages of introducing software products are determined. The most popular programs of automated accounting are explored, their main advantages and disadvantages are analyzed.

Бухгалтерський облік відіграє значну роль в успішному веденні бізнесу. Від нього залежить правильне здійснення фінансово-господарської діяльності підприємства.

Бухгалтерський облік є інформаційною базою, на основі якої приймаються найважливіші управлінські рішення керівництвом організації, що є внутрішніми користувачами інформації, і здійснюється оцінка діяльності підприємства зовнішніми користувачами, такими як державні контролюючі органи, акціонери, інвестори, кредитори та ін.

Розвиток інформаційних технологій у бізнес-управлінні в останні роки йде високими темпами. Сучасний бухгалтер сьогодні вже не може уявити собі процес ведення бухгалтерського обліку без широкого використання засобів автоматизації. Саме тому однією з основних прикладних проблем формування бухгалтерської звітності є процес її автоматизації і сполучення з останніми тенденціями у світі комп'ютерних технологій.

Проблеми автоматизації бухгалтерського обліку розглядаються в роботах Банадига І., Юрканич Ю. [1], Бразілій Н.М., Крот Ю.М. [2], Белінська С.М., Белінська Т.А. [3], Волинець В.І., Гордополова Н.В., Ніколюк П.К. [4], Гаркуша С.А. [5], Грабчук І.Л., Ляхович Г.І. [6], Осмятенко В.О., В.В. Токар [7], Сусіденко В.Т. [8], Чернецька Ю.М. [9] та інших учених. Однак ці питання залишаються актуальними і досі та потребують подальших досліджень і рекомендацій щодо їх вирішення.

Метою статті є дослідження значення та особливостей автоматизації бухгалтерського обліку сучасних підприємств на основі їх програмного забезпечення.

Об'єкт дослідження є автоматизація бухгалтерського обліку.

Предмет дослідження є процес автоматизації бухгалтерського обліку.

Автоматизація бухгалтерського обліку передбачає установку спеціального програмного продукту на комп'ютер і подальше використання всієї бухгалтерії на ЕОМ. Автоматизація бухгалтерського обліку має низку переваг перед традиційним способом ведення бухгалтерського обліку.

Бухгалтерські інформаційні системи дають змогу підвищити продуктивність праці співробітників бухгалтерії, знизити вплив «людського фактора», підвищити швидкість складання звітів і ведення документації, дають можливість паралельного ведення обліку в декількох стандартах [7, с. 18].

Впровадження інформаційних систем і технологій у роботу бухгалтерії дає змогу заощадити час і сили за рахунок автоматизації рутинних операцій, знайти арифметичні помилки в обліку і звітності, а також оцінити поточне фінансове становище підприємства і його перспективи.

Є ще одна об'єктивна причина необхідності автоматизації. Одним із найважливіших процесів сучасності є інтеграція світової економіки. Цей факт робить автоматизацію бухгалтерського обліку вимогою часу і запорукою успішного переходу на Міжнародні стандарти фінансової звітності. Без цього неможливий вихід на міжнародний ринок і залучення іноземних інвестицій. Цю проблему легко вирішують автоматизовані системи, які дають змогу за одноразового внесення первинних даних розрахувати в короткі терміни безліч показників і подати їх урізних формах звітності.

Повна автоматизація процесу обліку організації, створення автоматизованих робочих місць бухгалтерії та інших підрозділів є результатом упровадження бухгалтерських програм.

Процес упровадження бухгалтерських програм, як правило, складається з декількох етапів, які узагальнені на рис. 1.

Саме на першому етапі починається вивчення поточної ситуації з бухгалтерського обліку в організації замовника. Цей етап дозволяє оптимізувати всі запропоновані послуги і не допустити непередбачених витрат. У процесі попереднього вивчення [8, с. 167].

Технічне завдання складається на основі попереднього етапу, тобто попереднього вивчення. Пункти технічного завдання для підприємств різного рівня, тобто малих, середніх і великих, однакові, але також слід враховувати й обсяг інформації.

Роботи зі впровадження бухгалтерських програм включають в себе всі ті заплановані заходи, які прописані в технічному завданні. Якщо з'являється необхідність доопрацювання стандартних конфігурацій бухгалтерських програм, всі ці роботи виконуються на цьому етапі.

Під час перевірки працездатності бухгалтерських програм вони тестуються, відповідно, здійснюється контроль правильності відображення та обліку всіх бізнес-процесів і документообігу. Якщо виявляються які-небудь недоробки, недоліки або помилки, вони усуваються саме на етапі тестування програмних продуктів. Після цього вже переносяться або вводяться початкові залишки й інші параметри обліку [1, с. 45].

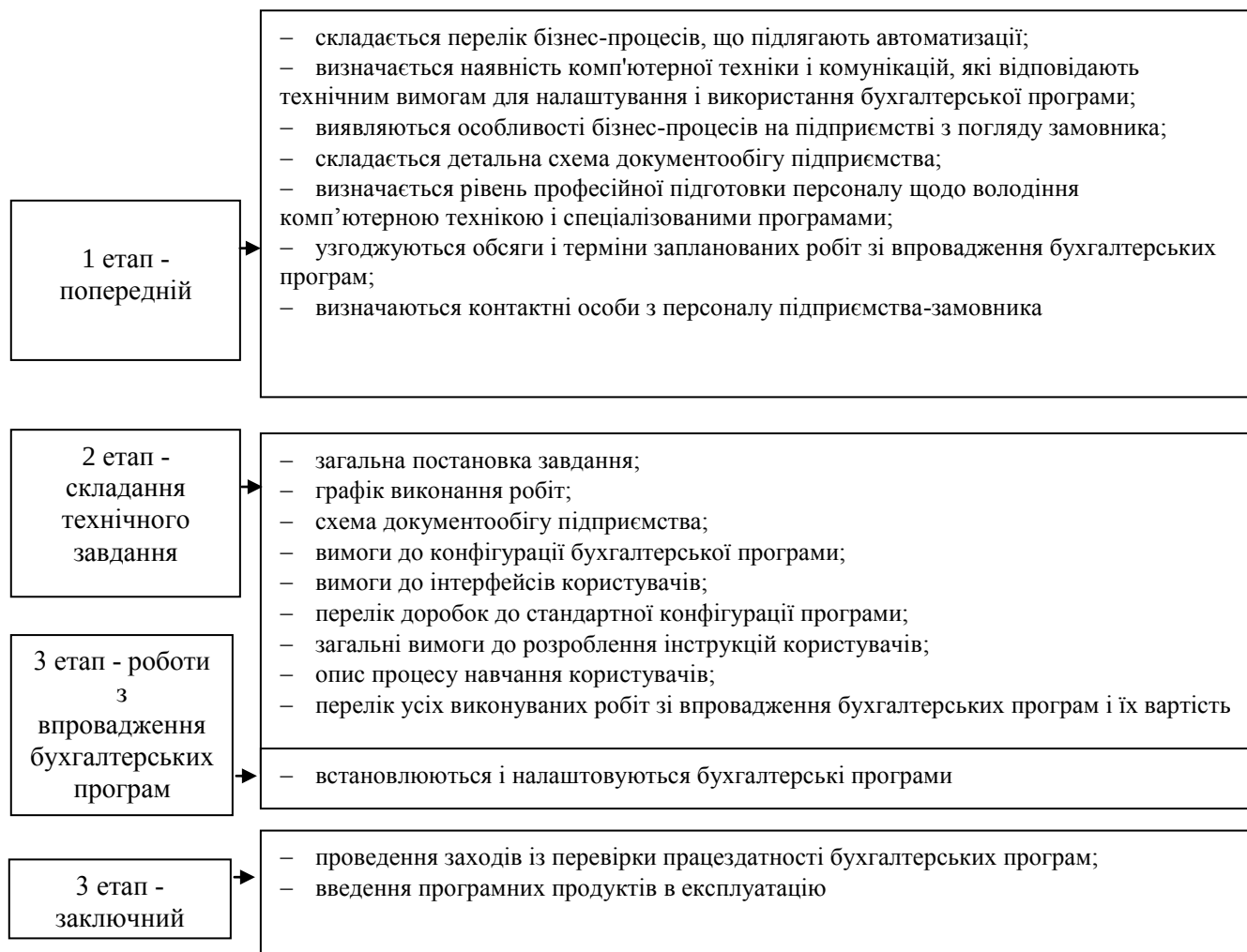


Рис. 1. Етапи автоматизації бухгалтерського обліку [3, с. 34]

Для роботи з бухгалтерськими програмами персоналу необхідно пройти навчання. Кожен бухгалтер повинен розуміти необхідність автоматизації бухгалтерського обліку.

Насамперед процеси автоматизації торкнуться великих підприємств. Така тенденція зумовлена тим, що великі підприємства і їх позиція на світовому ринку визначають економічну міць країни. Вони більшою мірою залучені до процесів інтеграції в міжнародні ринки, конкурувати на яких неможливо без відповідного рівня ведення обліку і складання звітності.

Але не варто думати, що підприємства менших масштабів відмовляються від використання інформаційних систем. Незважаючи на те, що ці підприємства у своїй діяльності більшою мірою залежать від внутрішньої економічної кон'юнктури, вони також потребують автоматизації бухгалтерського обліку. Ця необхідність буде зумовлена потребою в ефективному управлінні фінансовими потоками підприємства, потребою гнучкого обліку та швидкого пристосування до змін ринку. Наявність модернізованої системи обліку також буде відігравати важливу роль у залученні додаткових інвестицій, що також є важливим елементом економічного розвитку [3, с. 33].

Український ринок програмного забезпечення для ведення бухгалтерського обліку наповнений значною кількістю продуктів, зокрема «1С: Бухгалтерія для України»; «Парус-Бухгалтерія»; «Діловод»; «SAP»; «IT-

Enterprise: Бухгалтерія»; «ІС-ПРО» та інші. Не зважаючи на однакове призначення, наведені програми мають безліч особливостей, що тільки ускладнює процедуру їх вибору підприємствами.

Розглянемо основні переваги програмних продуктів в порівнянні з аналогічними програмами, які найбільше користуються попитом на вітчизняному ринку (табл. 1).

Таблиця 1

Аналіз можливостей програмного забезпечення для ведення бухгалтерського обліку в порівнянні з іншими програмами [5, с. 198]

Програма/ Критерії	1С: Бухгалтерія	Діловод	IT-Enterprise: Бухгалтерія	Парус- Бухгалтерія	SAP	ІС-ПРО
Варіант постачання: Локальна версія програми	Так	Ні	Так	Так	Так	Так
Мережева версія програми	Так	Так	Так	Ні	Ні	Ні
«Клієнт-серверна» версія програми	Так	Ні	Ні	Так	Так	Так
Резервне копіювання та відновлення даних	Так	Так	Так	Так	Так	Так
Розмежування прав доступу до даних	Так	Так	Так	Так	Так	Так
Використання паролів	Так	Так	Так	Так	Так	Так
Відповідність українським стандартам ведення бухгалтерського обліку	Так	Так	Так	Так	Так	Так
Відповідність міжнародним стандартам ведення бухгалтерського обліку	Ні	Ні	Так	Ні	Так	Так
Введення та зберігання первинних документів	Так	Так	Так	Так	Так	Так
Ведення обліку в різних грошових та натуральних одиницях виміру	Так	Так	Так	Так	Так	Так
Формування фінансової звітності	Так	Так	Так	Так	Так	Так
Можливість ведення обліку декількох юридичних осіб	Так	Так	Так	Так	Так	Так
Самостійне налаштування типових господарських операцій	Так	Ні	Так	Так	Так	Так
Введення господарських операцій вручну	Так	Ні	Так	Так	Так	Так
Можливість фільтрації журналу проводок	Так	Ні	Так	Так	Так	Так
Обновлення макетів документів та звітних форм	Так	Так	Так	Так	Так	Так
Набір стандартної звітності	Так	Так	Так	Так	Так	Так
Набір довільної звітності	Так	Ні	Так	Так	Так	Так
Ведення обліку банківських та касових операцій	Так	Так	Так	Так	Так	Так
Ведення обліку операцій з основними засобами та малоцінними необоротними активами	Так	Ні	Так	Так	Так	Так
Ведення обліку продаж	Так	Так	Так	Так	Так	Так
Ведення обліку закупівель	Так	Так	Так	Так	Так	Так
Ведення складського обліку	Так	Так	Так	Так	Так	Так
Ведення обліку виробництва	Так	Так	Так	Так	Так	Так
Ведення обліку розрахунків за заробітною платою	Так	Ні	Так	Ні	Так	Так
Ведення податкового обліку	Так	Так	Так	Так	Так	Так

Однією з основних відмінностей є варіант постачання програми, а саме локальна та мережева версія програми. Наприклад, програма «Діловод» має лише мережеву версію. До недоліків такого постачання слід віднести залежність користувачів програмного продукту від інтернету [4].

Інші програми, навпаки, дозволяють працювати тільки у локальній мережі, тим самим обмежуючи доступ користувачів до даних в будь-який момент часу незалежно від їх місцезнаходження.

На відміну від інших, в програмах «1С:Бухгалтерія» та «IT-Enterprise: Бухгалтерія» реалізована можливість роботи як в локальній, так і в мережевій версіях. Ще одна суттєва відмінність полягає у наявності/відсутності можливості ведення бухгалтерського обліку відповідно до міжнародних стандартів. Така функціональна опція доступна тільки в програмах «IT-Enterprise: Бухгалтерія», «SAP» та «ІС-ПРО». Для підприємств, які ведуть облік за міжнародними стандартами, цей функціонал є дуже важливим [6, с. 34].

Хорошим доповненням до програми «1-С: Бухгалтерія» є програма 1-С за моделлю SaaS. Податкове планування «1-С онлайн» - це доступ до програм 1-С за моделлю SaaS (бізнес-додатки в оренду), який є електронним ресурсом з режимом доступу: <http://www.nalogovnet.com/uk/nalogi/5969-ls-onlain-eto-dostup-k-program-mam-ls-po-modjeli-saasbiznjes-prilozhenija-du.html/>, що допомагає співробітникам мати доступ до програми за логіном і паролем, за допомогою якого вони підключаються до системи з будь-якого комп'ютера, що має доступ до Інтернету, і без установки програмного забезпечення отримують доступ до необхідної програми в режимі он-лайн в будь-якій точці світу. При цьому не потрібна установка додаткового програмного забезпечення чи наявність певної платформи.

Проведений аналіз підтвердив широкі функціональні можливості розглянутого програмного забезпечення «1С: Бухгалтерія». В них реалізовано можливість роботи з найбільш поширеними блоками, зокрема банк і каса, продажі, закупівлі, склад, податковий облік, а також складання фінансової звітності, друку первинних документів.

Програма «1С: Бухгалтерія» має певні переваги, такі як:

- наявність готових налаштувань;
- за невеликий період часу можливе отримання потрібних документів, з використанням певних форм;

- відсутність потреби у високій кваліфікації спеціалістів;
- отримання програми в певний момент, яка відповідатиме максимально на завдання, які були висунуті.

Недоліками програми «1С: Бухгалтерія» є:

- неможливість ведення обліку в динаміці;
- відносно не найвища швидкість проведення обрахунків [2, с. 901].

Є доцільним використовувати саме цю програму, особливо на практиці. Це дасть змогу займатись безперервним документообігом без зайвих затримок на будь-якому його етапі.

Отже, комп'ютеризація системи бухгалтерського обліку є важливою для підприємств і організацій, незважаючи при цьому на їх розмір та особливості діяльності. Переваги автоматизації обліку очевидні, а вона в свою чергу:

- вплине на прийняття економічно обґрунтованих рішень на основі фактичних даних про діяльність підприємства, його плани, прогнози та показники;
- дасть відповідь на запитання про вид і обсяг ресурсів для досягнення цілей;
- дасть можливість прозорого управління підприємством в цілому та його конкретними підрозділами;
- зможе контролювати процес досягнення поставлених цілей та їх закріплення за відповідальними співробітниками;
- підвищить продуктивність та оборотність активів, а також зменшить дебіторську заборгованість.

Тому лише впровадження автоматизації системи бухгалтерського обліку дасть змогу забезпечити ефективність функціонування системи обліку і звітності та її подальший розвиток.

Сьогодні на ринку інформаційних продуктів є досить велика кількість вітчизняних та іноземних автоматизованих бухгалтерських систем. Проведений аналіз найпопулярніших бухгалтерських програм дозволив спрогнозувати варіанти вибору програмного забезпечення підприємством. Для підприємств, бухгалтерський облік яких буде вестися в «хмарі», краще обрати такі програмні продукти, як «1С: Бухгалтерія», «Діловод» або «IT-Enterprise: Бухгалтерія».

Список використаних джерел:

1. Банадига І., Юрканич Ю. Автоматизація ведення бухгалтерського обліку. Матеріали Міжнародної науково-практичної конференції «Розвиток соціально-економічних систем в геоekonomічному просторі: теорія, методологія, організація обліку та оподаткування», 11-12 травня 2017 р., (ТНТУ ім. І. Пулюя, м. Тернопіль). С. 45-47.
2. Бразілій Н.М., Крот Ю.М. Особливості впровадження комп'ютерних бухгалтерських програм на підприємстві в сучасних умовах господарювання. Глобальні та національні проблеми економіки. 2018. № 22. С. 900-904.
3. Белінська С.М., Белінська Т.А. Особливості автоматизації облікового процесу. Агросвіт. 2018. № 14. С. 31-36.
4. Волинець В.І., Гордополова Н.В., Ніколюк П.К. Порівняльний аналіз спеціалізованого програмного забезпечення формування та подання звітності. URL: http://www.market-infr.od.ua/journals/2018/19_2018_ukr/93.pdf.
5. Гаркуша С.А. Автоматизація обліку: форма чи система? Бухгалтерський облік, аналіз та аудит. 2017. № 5. С. 197-199.
6. Грабчук І.Л., Ляхович Г.І. Програмне забезпечення для ведення обліку: проблеми вибору та використання в ході аутсорсингу. Проблеми теорії та методології бухгалтерського обліку, контролю і аналізу. 2017. Вип. 3 (38). С. 32-36.
7. Осмятченко В.О., В.В. Токар Програмне забезпечення бухгалтерського обліку на засадах аутсорсингу. Економіка та держава. 2018. № 5. С. 17-21.
8. Сусіденко В.Т. Інформаційні системи і технології в обліку. Навч. посіб. К.: «Центр учбової літератури», 2016. 224 с.
9. Чернецька Ю.М. Автоматизація обліку дебіторської заборгованості як засіб підвищення ефективності роботи підприємства. Матеріали II Міжнародної науково-практичної Інтернет-конференції «Облік, оподаткування і контроль: теорія та методологія», 20 листопада 2017 року, м. Тернопіль. С. 64-65.

ОСОБЛИВОСТІ ВЛАСНОГО КАПІТАЛУ НА ПІДПРИЄМСТВІ: ФУНКЦІЇ ТА ДЖЕРЕЛА УТВОРЕННЯ **МОТОЛЬСЬКА К., 3 курс (ОС «бакалавр») ФОФЕД ЧТЕІ КНТЕУ** **спеціальність «Економіка підприємства»,** **спеціалізація «Підприємство, торгівля та біржова діяльність»** **наук.кер. Бурак І.О.**

У статті розглянуто та проаналізовано особливості власного капіталу на підприємстві, наведено складові власного капіталу, особливості складових власного капіталу, функції власного капіталу та джерела утворення.

The article review edandan alyzes feature sofe quity capital at the enterprise, presents the components of equity capital, features of the components of equity, functions equity capital and sources of formation.

Актуальність даної теми полягає в тому, що власний капітал виступає основою створення стійкого розвитку, фінансової стабільності підприємства, а також - основне джерело формування прибутку та доходів. Чим більша сума власного капіталу, тим вища конкурентоздатність підприємства. Тому для успішної роботи підприємства необхідно вивчати питання щодо ведення систем бухгалтерського обліку, складання звітності та управління власним капіталом.

Метою даної статті є дослідження теоретичних аспектів сутності власного капіталу та визначення особливостей складових власного капіталу, їх функцій та джерел утворення.

Об`єктом дослідження є власний капітал на підприємстві та його складові.

Предметом дослідження є теоретичні аспекти щодо визначення сутності поняття «власний капітал» та його складових.

Проблеми обліку й аналізу формування та змін власного капіталу досліджуються в працях провідних вчених-економістів. Серед іноземних учених, які здійснили внесок в удосконалення обліку власного капіталу на різних історичних етапах, слід назвати таких: Ж. Андре, В.Е. Ануфрієв, Ф. Беста, Дж. К. Ван Хорн, П. Герстнер, Ж.Б. Дюмарше, Н.А.Литньова, Ф. Ляйтнер, Л. Пачолі, В. Рігер, Ж. Ришар. Із вітчизняних науковців слід назвати: М.Д. Алексеєнко, Ф.Ф. Бутинець, М.М. Мосійчук, Н.Д. Прокопенко, Ф.Є. Поклонський, Н.М. Ткаченко, В.В. Сопко та інші. У роботах цих науковців вирішено багато питань щодо визначення власного капіталу, а також висвітлено проблемні питання, однак під впливом сучасних умов теоретичне обґрунтування поняття «власний капітал» є досить актуальним.

Перед тим, як зареєструвати підприємство, необхідно оцінити рівень витрат, які доведеться здійснити при реєстрації його. Підприємство, що здійснює господарську діяльність повинно володіти капіталом. На законодавчому рівні поняття «власний капітал» закріплене у НП(С)БО 1 «Загальні вимоги до фінансової звітності». Відповідно до НП(С)БО 1 «власний капітал» – це частина в активах підприємства, що залишається після вирахування його зобов'язань [1]. У момент створення підприємства його власний капітал втілюється в активах, які інвестовані засновниками. Протягом здійснення господарської діяльності розмір статутного капіталу може змінюватись. Зміна статутного капіталу має місце у випадку припинення діяльності: реорганізації або ліквідації підприємства.

Власний капітал є одним із найважливіших показників, що використовуються при оцінці фінансового стану підприємства. Він виконує такі функції:

- функція заснування та введення в дію підприємства. Власний капітал є фінансовою основою для запуску в дію нового суб'єкта господарювання;
- функція фінансування та забезпечення ліквідності. Внесками у власний капітал, разом зі спорудами, обладнанням, цінними паперами та іншими матеріальними цінностями, можуть бути грошові кошти. Вони можуть використовуватися для фінансування операційної та інвестиційної діяльності підприємства, а також для погашення заборгованості по позичках;
- функція самостійності і влади. Розмір власного капіталу визначає ступінь незалежності та впливу його власників;
- функція фінансування ризику. Власний капітал використовується для фінансування ризикованих інвестицій, на що можуть не погодитись кредитори;
- функція відповідальності і захисту прав кредиторів [2, с. 24].

Джерелами утворення власного капіталу є:

- внески власників підприємства у вигляді грошових коштів та інших активів;
- накопичення суми нерозподіленого прибутку, що залишається на підприємстві;
- внаслідок конвертування зобов'язань, а також збільшення вартості активів, не пов'язаного із зростанням заборгованості перед кредиторами;
- одержання активів у формі дарчого капіталу [3, с. 48].

Для більш повного розкриття сутності власного капіталу необхідно визначитись з його складовими. Власний капітал складається з таких складових: - статутного (реєстрованого) капіталу; - пайового капіталу; - капітал в дооцінках; - незареєстрованого капіталу; - додаткового капіталу; - резервного (страхового) капіталу; - нерозподіленого прибутку (непокритого збитку); - неоплаченого капіталу; - вилученого капіталу. Ці складові відображають суму, яку власники (засновники) передали в розпорядження підприємства як внески, чи залишили у формі нерозподіленого прибутку, або суму, що її підприємство одержало у своє розпорядження ззовні (від інших підприємств) без повернення [4, с. 46]. Отже, розглянемо кожен складову власного капіталу детально.

Основною складовою власного капіталу є статутний капітал, який являє собою загальну вартість активів, внесених засновниками при створенні підприємства. Статутний капітал – це частина капіталу, яка утворюється за рахунок сукупності вкладів у вигляді матеріальних, нематеріальних або фінансових ресурсів засновників у майно підприємства для забезпечення діяльності господарюючого суб'єкта згідно меж, які визначені установчими документами. Розмір статутного капіталу підлягає обов'язковій реєстрації у Державному реєстрі суб'єкта господарювання. Визначено, що вкладами учасників та засновників товариства можуть бути будинки, споруди, обладнання та інші матеріальні цінності, цінні папери, права користування землею, водою та іншими природними ресурсами, будинками, спорудами, обладнанням, а також інші майнові права, грошові кошти, в тому числі в іноземній валюті. Облік статутного капіталу ведеться на субрахунку бухгалтерського обліку 401 «Статутний капітал».

Забороняється використовувати для формування статутного фонду бюджетні кошти та кошти, які одержані в кредит та під заставу. Фінансовий стан засновників (крім фізичних осіб) відкритих акціонерних товариств щодо їх спроможності здійснити відповідні внески до статутного фонду повинен бути перевірений аудитором, тобто аудиторською фірмою. Бухгалтерський облік статутного капіталу розпочинається з дня реєстрації підприємства в державному реєстрі суб'єктів підприємницької діяльності і закінчується днем вибуття підприємства з державного реєстру (внаслідок припинення діяльності, банкрутства тощо).

Пайовий капітал – це сукупність коштів фізичних і юридичних осіб, добровільно розміщених у товаристві для здійснення його господарсько-фінансової діяльності. Інформація про суми пайових внесків членів узагальнюється на субрахунку 401 «Пайовий капітал».

Зареєстрований капітал – умовно постійний капітал, сума якого визначається в установчих документах (статутний капітал, пайовий капітал). Інформація про зміни в зареєстрованому капіталі відображається на рахунку 40 «Зареєстрований капітал».

Капітал в дооцінках – інформація про дооцінку необоротних активів і фінансування інструментів, які

відповідно за НП(С)БО 1 відображаються у складі власного капіталу, але розкриваються у звіті про фінансові результати. Інформація про зміни капіталі в дооцінках відображається на рахунку 41 «Капітал в дооцінках».

Незареєстрований капітал - умовно змінний капітал, який включає додатковий капітал та нерозподілений прибуток. Інформація про зміни в незареєстрованому капіталі відображається на субрахунку 404 «Внески до незареєстрованого статутного капіталу».

Додатковий капітал - сума, на якій вартість реалізації випущених акцій перевищує їхню номінальну вартість, а також сума дооцінки активів на вартість необоротних активів, безкоштовно отриманих підприємством від інших осіб та інші види додаткового капіталу. Рахунок бухгалтерського обліку 42 «Додатковий капітал» узагальнює інформацію про суми додаткового капіталу. Для кожного виду додаткового капіталу передбачений окремий субрахунок [2].

Резервний капітал являє собою суму резервів, створених відповідно до чинного законодавства та установчих документів за рахунок нерозподіленого прибутку. Стан та рух резервного капіталу підприємства, створений відповідно до чинного законодавства та установчих документів за рахунок нерозподіленого прибутку, відображається на рахунку бухгалтерського обліку 43 «Резервний капітал»[5].

Нерозподілений прибуток (непокриті збитки) являє собою частину чистого прибутку, що не була розподілена між акціонерами. У бухгалтерському обліку прибуток формується: - операцій з фінансовими інвестиціями, пов'язаних з дивідендами та процентами отриманими, іншими доходами; - операцій або подій, які відрізняються від основної діяльності підприємства і відбуваються рідко або нерегулярно, пов'язані з надзвичайними подіями. Нерозподілений прибуток включається до власного капіталу підприємства, тим самим збільшуючи його. Непокриті збитки зменшують власний капітал. Бухгалтерський облік нерозподілених прибутків (непокритих збитків) ведеться на однойменному рахунку. У разі викупу власних акцій з метою їх перепродажу чи анулювання - відображення операцій здійснюється на рахунку 45 «Вилучений капітал».

Неоплачений капітал - заборгованість засновників (учасників) господарського товариства за внесками до статутного капіталу підприємства. При створенні господарського товариства після прийняття рішення про випуск акцій і оголошення підписки на них на всю суму зареєстрованого статутного капіталу здійснюють запис в поєднанні з неоплаченим капіталом[6, с. 7]. Інформація про зміни в неоплачену капіталі відображається на рахунку 46 «Неоплачений капітал».

Вилучений капітал - фактична собівартість акцій власної емісії або часток, викуплених господарським товариством у його учасників. Інформація про зміни в вилученому капіталі відображається на рахунку 45 «Вилучений капітал».

Отже, власний капітал є фундаментальною основою для господарської діяльності підприємства. Облік власного капіталу - досить складний процес, який потребує чіткого розуміння його економіко-правової сутності та усвідомлення необхідності надання у фінансовій звітності достовірної інформації про окремі складові елементи власних коштів, які вкладені в активи підприємства. Запорукою прибуткової діяльності будь-якого суб'єкта господарської діяльності є наявність та ефективне витрачання коштів власного капіталу, що сформовані за рахунок власних фінансових ресурсів, тому величина власного капіталу виступає індикатором для зовнішніх споживачів інформації щодо захищеності прав кредиторів та мірою відповідальності у господарських відносинах. Власний капітал на підприємстві утворюється багатьма шляхами, але головними є: внесення власниками підприємства грошових коштів та інших активів та нагромадження суми доходу, що залишається на підприємстві.

Список використаних джерел:

1. Національне положення (стандарт) бухгалтерського обліку 1 «Загальні вимоги до фінансової звітності» [Електронний ресурс]. - Режим доступу: <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/z0336-13/ed20180317/paran17>
2. Інструкція про застосування Плану рахунків бухгалтерського обліку активів, капіталу, зобов'язань і господарських операцій підприємств і організацій[Електронний ресурс]. - Режим доступу:<https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/z0893-99>
3. Бутинець Ф.Ф. та ін. Бухгалтерський управлінський облік: Підручник для студентів спеціальності «Облік і аудит» вищих навчальних закладів. / Ф.Ф. Бутинець, Т.В. Давидюк, З.Ф. Канурна, Н.М. Малюга, Л.В. Чижевська; За ред. проф. Ф.Ф. Бутинця. - 3-тє вид., доп. і перероб. - Житомир: ПП «Рута», 2005. - 480 с.
4. Бутинець Ф.Ф. Бухгалтерський, фінансовий облік: Навчальний посібник для студентів вищих навчальних закладів спеціальності «Облік і аудит» / за ред. проф. Бутинця Ф.Ф. - Житомир: ЖІТІ, 2010. - 288 с.
5. Сопко В. В. Бухгалтерський облік капіталу підприємства (власності, пасивів): Навч. посібник. — К.: Центр навчальної літератури, 2006. — 312 с.
6. Морозова М.С. Формування та використання резервного капіталу акціонерного товариства. [Електронний ресурс] // Режим доступу: http://www.rusnauka.com/11_EISN_2010/Economics/64458.doc.htm
7. Маркович В.М. Функціонування підприємницького капіталу // Вісник НБУ. - 2001. - № 5. - с. 7-15

ДЕЯКІ АСПЕКТИ ЕФЕКТИВНОГО ФУНКЦІОНУВАННЯ СИСТЕМИ БУХГАЛТЕРСЬКОГО ОБЛІКУ ПІДПРИЄМСТВА

**НИКОРЧУК М., 1 курс (ОС «магістр») ФОФЕД ЧТЕІ КНТЕУ
спеціальність «Облік і оподаткування»
наук. кер. Багрий К.Л.**

Стаття присвячена розкриттю теоретичних та методичних аспектів фінансового обліку витрат підприємства. Показано економічну сутність витрат виробництва. Визначено предметну сутність витрат як об'єкта фінансового обліку. Під час розкриття економічної сутності витрат виробництва взято за основу характеристику виробництва як суспільного явища.

The article is devoted to the disclosure of theoretical and methodological aspects of financial accounting of enterprise expenses. The economic essence of production costs is shown. The substantive nature of expenses as the object of financial accounting is determined. In the disclosure of the economic essence of production costs is taken as the basis of the characteristics of production as a social phenomenon.

Сучасний розвиток економіки України характеризується глобальними економічними перетвореннями в сфері виробництва на основі ринкових відносин, що вимагає перегляду та удосконалення системи обліку, аналізу та контролю, а одним із важливих елементів яких є фінансовий облік витрат, що вимагає вирішення цілого ряду нерозв'язних облікових питань. Такими питаннями є теоретичні та методичні аспекти фінансового обліку витрат.

Вітчизняна економічна наука розкриває економічну сутність витрат виробництва спираючись на праці провідних науковців України. В.Ф. Палій розглядає «процес виробництва як кібернетичну систему виробничого споживання і як процес створення нового продукту в натурально – речовій формі і у вартісному виразі» [1]. В.В. Сопко вказує на те, що «процес виробництва необхідно одночасно вивчати в двох аспектах: як процес створення нового продукту; як процес виробничого споживання» [2]. Кожен аспект процесу виробництва виступає як самостійний об'єкт вивчення.

В самостійності кожного проявляється їх протилежність і як результат, індивідуальність». А.Т. Милійковський у роботі «Теорія економічного розвитку» пише, що ділова людина розглядає як витрати ту суму грошей, яку вона вимушена сплачувати іншим господарюючим суб'єктам для того, щоб одержати свій товар або засоби його виробництва, тобто свої витрати на виробництво або придбання товарно-матеріальних цінностей. Фабрикин М.Р., формулює сутність собівартості продукції як «виражену в грошовій формі величину всіх витрат підприємства, відшкодування яких в більшості випадків необхідно йому для здійснення простого відтворення матеріальних благ». Г. Мус і Р. Ханшман визначають поняття витрат виробництва «як споживання вартості в звітному періоді, безпосередньо пов'язане з процесом виробництва» [3].

Метою статті є характеристика витрат виробництва як об'єкта фінансового обліку, адже основним завданням підприємства є одержання прибутку при мінімальних витратах з підвищенням якості обслуговування споживачів. Для досягнення цієї мети є максимізація товарообігу та оптимізація витрат.

Методологічні засади формування в фінансовому обліку інформації про витрати підприємства та її розкриття в фінансовій звітності визначає Положення (стандарт) бухгалтерського обліку 16 «Витрати», затверджене наказом Міністерства фінансів України від 31 грудня 1999 року № 318 (зі змінами і доповненнями, останні з яких унесено наказом Міністерства фінансів України від 09 грудня 2011 року № 1591) [4].

Розглядаючи процес виробництва в натурально речовій формі «на вході» в систему доцільно відображати ресурси – робочу силу і засоби виробництва, а «на виході» – вироблений продукт [5].

Розглядаючи процес виробництва у вартісному виразі, «на вході» доцільно відображати елементи витрат виробництва як виробниче споживання і «на виході» собівартість продукту як результат створення його в процесі виробництва.

Витрати виробництва становлять витрати виробничих факторів у процесі цілеспрямованої діяльності.

Ми доповнимо його міркування, додавши до витрат також грошову вартість власних затрат праці цієї людини. У такому випадку витрати за своєю сутністю є сумою послуг праці та природи.

Витрати у бухгалтерському розумінні відрізняються від витрат в економічному тлумаченні.

Так, понесені витрати у традиційному для нашої практики розумінні – це зменшення частини активів, які відображають виробничі ресурси (основні засоби, товарно-матеріальні цінності) і збільшення частини пасивів, які відображають заборгованість. Витрати взагалі розуміють не як безпосередньо процес виробничого використання, а як процес придбання виробничих ресурсів, тобто збільшення матеріально-речової частини активів [6].

Якщо характеризувати витрати з бухгалтерської точки зору, вони включають тільки конкретні витрати ресурсів. В економічному тлумаченні витрат є поняття, що характеризує використання різних речовин і сил природи у процесі господарювання. Грошовий вираз суми витрат на виробництво конкретного продукту визначає поняття «собівартість».

Під час розкриття економічної сутності витрат виробництва, необхідно прийняти за основу змістовну характеристику виробництва як суспільного явища, що має двоїстий характер: 1) процес виробничого споживання ресурсів; 2) процес створення нового продукту.

Вартісна характеристика процесу виробництва формується із витрат виробництва, що є вартісним виразом затрачених на виробництво ресурсів, в результаті створення нового продукту трансформуються у собівартість, тому щоб достовірно визначити собівартість виробленого продукту, необхідно врахувати витрати на його виробництво.

Такий підхід до розуміння витрат виробництва в економічному тлумаченні має бути базовим для визначення цього поняття в обліковій термінології.

Отже, витрати виробництва, які формують виробничу собівартість продукції, варто визначити як вартісний вираз спожитих ресурсів на її виробництво.

Для нашої економіки традиційним є законодавчо регламентований склад витрат, які включаються у собівартість продукції. Раніше це забезпечувало порівняння показників у централізованому управлінні господарством. Сьогодні на даному підході базується податкова система. У зарубіжній практиці не прийнято втручатися на державному рівні у склад собівартості, оскільки цей показник не являється обов'язковим для підприємницьких суб'єктів. Якщо він визначається фірмою, то використовується винятково для внутрішніх потреб, а тому вважається комерційною таємницею. Для потреб фіскальної політики держава допускає декілька варіантів розрахунку фінансового результату без визначення й оприлюднення у фінансовій звітності даних про собівартість продукції.

Такий підхід вважається більш правильним і він не включає державного регламентування оцінки ресурсів як одного з основних методів об'єктивного визначення результатів господарської діяльності. Але такий підхід вимагає розгляду предметної суті витрат із точки зору побудови обліку для зовнішніх (фінансовий аспект) та внутрішніх (управлінський аспект) потреб.

В практиці міжнародного обліку застосовується два варіанти зв'язку між внутрішньогосподарською (управлінською) і фінансовою бухгалтерією. Один варіант реалізується за допомогою контрольних рахунків, якими є рахунки витрат і доходів фінансової бухгалтерії. Наявність прямої кореспонденції рахунків управлінської бухгалтерії з контрольними рахунками говорить про інтегровану (моністичну) систему обліку. Якщо система внутрішньогосподарського (управлінського) обліку автономна (замкнута), то використовуються парні контрольні рахунки однієї і тієї ж назви, відомі як рахунки-екрани. Це другий варіант. Сучасна система обліку в Україні побудована за останнім варіантом.

Зміст поняття «витрати» в фінансовому обліку пов'язане з визначенням фінансового результату – чистого прибутку або збитку за певний звітний період для складання фінансової звітності. Відповідно до П(С)БО 16 «Витрати», витратами звітного періоду визнаються або зменшення активів, або збільшення зобов'язань, що призводить до зменшення власного капіталу підприємства (за винятком зменшення капіталу внаслідок його вилучення або розподілу власниками), за умови, що ці витрати можуть бути достовірно оцінені [4].

Витрати визнаються витратами певного періоду одночасно з визнанням доходу, для отримання якого вони здійснені. Витрати, які неможливо прямо пов'язати з доходом певного періоду, відображаються у складі витрат того звітного періоду, в якому вони були здійснені.

Однак слабкість цього судження полягає в тому, що характеризуючи облік виробничих витрат, автори пояснюють його суть лише з точки зору методологічних прийомів, що є недостатньо повним і обґрунтованим.

Більшість авторів все ж абсолютно правильно розглядають облік виробничих витрат як групування витрат в аналітичному розрізі та вважають його інформаційною базою для здійснення контролю і управління. При цьому можна зробити висновок, що зміст виробничого обліку практично не виходить за межі бухгалтерського обліку.

Актуальність проблеми посилюється ще й тим, що інфляційні процеси не сприяють зниженню собівартості. Прибуток досягається не шляхом зменшення витрат на виробництво продукції, а за рахунок зростання відпускних цін.

Загальноприйняте визначення сутності обліку витрат це «облік витрат є сукупність усвідомлених дій, направлених на відображення протягом певного часового періоду процесів постачання, виробництва і реалізації продукції за допомогою їх (процесів) кількісного вимірювання (в натуральних і вартісних показниках), реєстрації, групування і аналізу в розрізах, які формують собівартість готової продукції. Таке відображення забезпечує одержання вичерпної інформації, необхідної для того, щоб управляти підприємством і оцінювати його діяльність шляхом виведення фінансових результатів».

Однак такий підхід в умовах початку розвитку управлінського обліку і розвинутої теорії виробничого обліку обмежений по напрямках використання.

Саме облік як інформаційний потік, обернений процесу управління, буде не тільки відображати діяльність, але й надавати інформацію для моделювання економіки підприємства в майбутньому [7].

Якщо розглядати облік витрат на виробництво як процес відображення використання витрат та результатів минулої, теперішньої та майбутньої виробничої діяльності, відповідної моделі управління, орієнтованої на виконання основної мети підприємства, то така система обліку буде відповідати основним задачам управління собівартістю.

До основних задач обліку витрат на виробництво слід відносити: 1) інформаційне забезпечення адміністрації підприємства для прийняття управлінських рішень з урахуванням їх економічних наслідків; 2) спостереження і контроль за фактичним рівнем витрат у співвідношенні з їх нормативними і плановими розмірами з метою виявлення відхилень і формування економічної стратегії на майбутнє; 3) обчислення собівартості виробленої продукції для оцінки готової продукції та розрахунку фінансових результатів; 4) виявлення й оцінка економічних результатів виробничої діяльності структурних підрозділів; 5) систематизацію інформації управлінського обліку виробничої діяльності для прийняття рішень, які мають довгостроковий характер – окупність виробничих і технологічних програм, рентабельність асортименту продукції, що реалізується на внутрішньому й зовнішньому ринках, ефективність капітальних вкладень в основні фонди і виробничі запаси тощо.

В результаті можна підкреслити, що головне значення сутності обліку витрат виробництва є контроль виробничої діяльності та управління витратами для її здійснення.

В результаті дослідження значення окремих елементів управлінського обліку в управлінні витратами можна зробити наступні висновки:

1) в управлінні витратами найважливіше значення має оперативно отримана інформація про витрати, що дозволяє втручатись у виробничий потенціал і оптимізувати його;

2) критерієм точності при обчисленні собівартості продукції повинна бути не повнота включення витрат, а спосіб віднесення витрат на той чи інший вид продукції;

3) основним принципом управління витратами є відповідальність системи обліку цілям управління;

4) центр ваги в калькуляційній роботі повинен зрушитись із трудомістких розрахунків по розподілу і перерозподілу непрямих витрат та визначення точної фактичної собівартості на прогностичні розрахунки собівартості, складання обґрунтованих нормативних калькуляцій та організацію контролю за їх дотриманням в процесі виробництва;

5) виявлення відхилень до або під час здійснення виробничого процесу дозволяє менеджерам оперативно втручатись в хід виробництва і попереджувати виробничі втрати, що має велике значення у мобілізації резервів виробництва і підвищення його ефективності.

Дані бухгалтерського обліку мають свідчити що було витрачено, де, для чого, як відбувався процес виробництва. Необхідно правильно визначити предмет та об'єкти обліку витрат виробництва. Система класифікації витрат дає можливість вирішити поставлені питання [8].

Отже витрати виробництва, які формують виробничу собівартість продукції, варто визначати як вартісний вираз спожитих ресурсів на її виробництво. Для витрат виробництва, що формують виробничу собівартість необхідно встановлювати межі не звітного періоду, а межі безпосереднього виробничого процесу, що визначається технологією виробництва тієї чи іншої продукції. Визначення складу витрат виробництва відповідно до П(С)БО 16 «Витрати» можливе через категорію «виробничої собівартості» [4].

На наш погляд, визначення сутності обліку витрат на виробництво повинно охоплювати різноманітність способів підходу до організації управлінського обліку виробничої діяльності чи трансформації обліку витрат на виробництво. Таким чином, визначення змісту обліку витрат створить передумови моделювання його організації на підприємствах. Витрати виробництва продукції, що формують її виробничу собівартість, мають включати прямі витрати і загальновиробничі витрати, тому що всі вони пов'язані з процесом виробництва.

Список використаних джерел:

1. Палий В.Ф. Международные стандарты учета и финансовой отчетности Учебник. – «Инфра-М», 2013. – 514 с.
2. Сопко В.В., Завгородній В.П. Організація бухгалтерського обліку, економічного контролю і аналізу: Підручник. – К.: КНЕУ, 2004. – 412 с.
3. Мус Г., Ханшманн Р. Бухгалтерский учет: основы – задания – решения [Текст]: учеб. пособие / пер. с нем. С. Лобачева. – К., 1999. – 367 с.
4. Положення (стандарт) бухгалтерського обліку 16 «Витрати» <http://buhgalter911.com/Res/PSBO/PSBO16.aspx>
5. Закон України «Про бухгалтерський облік та фінансову звітність в Україні» від 16.07.1999 р.
6. Бухгалтерська звітність сільськогосподарських підприємств: Практичний посібник / Б.В. Мельничук, Н.Л. Жук, А.С. Стецюк [та ін.]; За ред. Б.В. Мельничука. – К.: ТОВ «Всеукраїнський інститут права і оцінки», 2014. – 84 с.
7. Іванов Ю.Б. Податковий облік та звітність: Підручник / Ю.Б. Іванов, В.В. Карпов, О.Є. Найдено. – К.: Знання, 2011. – 710 с.
8. Організація обліку у підприємствах сільськогосподарської галузі [Текст]: навч. посіб. / В.П. Шило, В.В. Сопко, С.Б. Ільїна, В.Н. Авоськов. – К.: Кондор, 2011. – 268 с.

ОБЛІК ДЕБІТОРСЬКОЇ ЗАБОРГОВАНOSTІ: ПРОБЛЕМНІ АСПЕКТИ ТА ШЛЯХИ ЇХ ПОДОЛАННЯ

СОКОЛЮК Н., 1 курс (ОС «бакалавр») ФОФЕД ЧТЕІ КНТЕУ

спеціальність «Облік і оподаткування»

наук.кер. Маначинська Ю.А.

Одним з найважливіших показників, що комплексно та всебічно характеризує фінансовий стан підприємства, є стан розрахунків з дебіторами і кредиторами. Зростання дебіторської заборгованості є однією із негативних тенденцій в економіці будь-якої країни. Доволі суттєва абсолютна сума заборгованості, яка існує між українськими підприємствами призводить до досить відомої «кризи неплатежів». Криза неплатежів призводить до гальмування розвитку ринків, на яких функціонують вітчизняні підприємства (внаслідок недоотримання грошових коштів, які б суб'єкти господарювання могли би вкладати у свій подальший розвиток), платіжна криза являє собою одне з найбільших негативних явищ у національній економіці в цілому.

One of the most important indicators that comprehensively and comprehensively characterizes the financial condition of the enterprise is the state of settlements with debtors and creditors. The growth of receivables is one of the negative trends in the economy of any country. A rather substantial amount of debt that exists between Ukrainian enterprises leads to a fairly well-known "non-payment crisis". The crisis of non-payment leads to a slowdown in the development of markets in which domestic enterprises operate (due to lack of funds that the business entities could invest in their further development), the payment crisis represents one of the most negative phenomena in the national economy as a whole.

Абсолютна сума дебіторської заборгованості визначається чинниками, які можна поділити на зовнішні і внутрішні. До зовнішніх слід віднести фактори, що визначають розмір дебіторської заборгованості, і, це є стан розрахунків у країні, грошово-кредитна політика центрального банку, рівень інфляції, вид продукції, ринок та його насиченість. Внутрішніми факторами є кредитна політика підприємства, вид розрахунків, діяльність фінансового менеджера та стан контролю за дебіторською заборгованістю [6].

На сьогодні обліку дебіторської заборгованості присвячено досить багато праць науковців, зокрема: М.Д. Білик, С.Ф. Голова, О.В. Коблянської, В.М. Костюченко, Н.М. Матицина, Ф.Ф. Бутинця та інші. Досліджено також питання управління дебіторською заборгованістю. Багато вчених займаються пошуком саме шляхів вдосконалення обліку дебіторської заборгованості. Але існуючі невирішені проблемні питання свідчать про необхідність подальших досліджень в рамках окресленої проблематики.

До проблем бухгалтерського обліку дебіторської заборгованості можна віднести: стан класифікації та обліку дебіторської заборгованості на рівні задоволення різних користувачів інформацією про її абсолютну суму; зміст бухгалтерських записів, що визначаються в процесі визнання і оцінювання дебіторської заборгованості. Окрім того, потребує вдосконалення політика управління дебіторською заборгованістю, адже саме політика управління дебіторською заборгованістю, визначає ефективність роботи підприємства [3].

Основними нормативно-правовими документами, які регламентують відображення дебіторської заборгованості в бухгалтерському обліку є Положення (стандарт) бухгалтерського обліку № 10 «Дебіторська заборгованість» [1] та № 13 «Фінансові інструменти». Однак, сутність дебіторської заборгованості тлумачиться у цих стандартах неоднозначно [7].

На основі оцінки чинних національних положень (стандартів) бухгалтерського обліку можна дійти висновку, що дебіторська заборгованість, за своєю суттю, є сумою заборгованостей дебіторів підприємству на певну дату, що виникає внаслідок надання коштів, продажу інших активів, робіт послуг безпосередньо боржникові та не є фінансовим активом, призначеним для продажу. Вітчизняні вчені вважають за необхідність внести зміни у П(С)БО 10 «Дебіторська заборгованість» [1], де чітко розмежувати поняття довгострокової та короткострокової дебіторської заборгованостей. Уточнення вимагає визначення поточної дебіторської заборгованості. В свою чергу утворення поточної дебіторської заборгованості не завжди слід пов'язувати з доходом [8].

Однією з проблем обліку дебіторської заборгованості є непристосованість методів визначення резерву сумнівних боргів, які передбачені в П(С)БО 10 [1], що призводить до недостовірності даних при відображенні резерву сумнівних боргів в балансі. В силу таких обставин вітчизняні вчені вважають за

доцільне затвердити перелік документів, що підтверджують і обґрунтовують визнання заборгованості сумнівною (безнадійною). Для ефективної організації ділянки бухгалтерського обліку та аналізу розрахунків з дебіторами важливе місце посідає класифікація дебіторської заборгованості. До проблем при класифікації можна віднести відсутність єдиного комплексного підходу при розробці різних типів класифікації дебіторської заборгованості; окрім того, немає чіткого шляху формування та пошуку ознак, які б дозволяли проводити більш чітку класифікацію; недостатньо вивчена і досліджена така складова зобов'язань дебіторів як довгострокова заборгованість [2].

Синтетичний облік дебіторської заборгованості ведеться на рахунках 36 «Розрахунки з покупцями та замовниками», 38 «Резерв сумнівних боргів» та 37 «Розрахунки з різними дебіторами» за наступними субрахунками: 371 «Розрахунки за виданими авансами», 372 «Розрахунки з підзвітними особами», 374 «Розрахунки за претензіями», 375 «Розрахунки за відшкодуванням завданих збитків» [6].

Можна визначити наступні проблеми бухгалтерського обліку дебіторської заборгованості:

- суперечливий характер нормативно-правових документів з обліку дебіторської заборгованості;
- нечітке розмежування видів дебіторської заборгованості;
- непристосованість методів визначення величини резерву сумнівних боргів в обліку, які визначені П(Б)О 10;
- невміле застосування системи внутрішнього контролю обліку дебіторської заборгованості, що спричиняє проблему обґрунтованості дебіторської заборгованості загалом та по окремих видах;
- відсутність наукових і практичних розробок можливих форм бухгалтерського обліку дебіторської заборгованості, що забезпечило б надання якісної бухгалтерської інформації про розрахунки з дебіторами різним користувачам;
- недосконала політика управління дебіторською заборгованістю, адже саме політика управління дебіторською заборгованістю, яка представляє собою частину загальної політики управління оборотними активами і маркетингової політики підприємства, спрямованої на розширення обсягів реалізації продукції, визначає ефективність роботи підприємства [9].

Дебіторська заборгованість класифікується за такими ознаками:

- за контрагентами;
- за зв'язком із нормальним операційним циклом та терміном погашення;
- за об'єктами, щодо яких виникли зобов'язання дебіторів;
- за платоспроможністю дебіторів [6].

Відповідно до П(С)БО 10 [1] обов'язковим є поділ дебіторської заборгованості на поточну та довгострокову. Передбачено також поділ дебіторської заборгованості на заборгованість вітчизняних та іноземних покупців. Класифікують дебіторську заборгованість за видами залежно від об'єктів, щодо яких виникли зобов'язання дебіторів (враховуючи часовий аспект). Здійснюється групування дебіторської заборгованості за строками її непогашення із встановленням коефіцієнта сумнівності для кожної групи. Відповідно вона поділяється на сумнівну та безнадійну [1].

Враховуючи зарубіжну практику та думки вітчизняних науковців, доцільним є введення ще однієї категорії заборгованості як бездоганну або реальну. Однак слід зауважити, що підприємство може самостійно обрати ознаку класифікації. Досить доречним є пропозиція ряду науковців про поділ дебіторської заборгованості за ступенем дотримання фінансової дисципліни на допустиму та невинуватну (виникає при недоліках в діяльності підприємства). Це дасть можливість простежити порушення фінансово-господарської дисципліни і виявити неякісну роботу контрагента [4].

До основних завдань управління дебіторською заборгованістю слід віднести:

- сприяння зростанню обсягу продаж шляхом надання комерційного кредиту і тим самим зростання прибутку;
- підвищення конкурентоздатності за допомогою відстрочки платежу; визначення рівня ризику неплатоспроможності покупця;
- розрахунок планового резерву сумнівних боргів; надання рекомендації по роботі з фактично або потенційно неплатоспроможними покупцями [7].

Управління дебіторською заборгованістю включає в себе визначення політики надання кредиту й інкасації для різних груп покупців і видів продукції; аналіз і ранжування покупців залежно від обсягів закупівель, історії кредитних відносин і запропонованих умов оплати; контроль розрахунків із дебіторами по відстрочених та прострочених заборгованостях; визначення прийомів прискорення повернення боргів і зменшення безнадійних боргів [3].

Типовими проблемами, з якими стикається підприємство при управлінні та обліку дебіторської заборгованості є те, що не проводиться оцінка кредитоспроможності покупців і ефективності комерційного кредитування; недостатній професіоналізм фінансових менеджерів; низька платоспроможність покупців; не регламентована робота з простроченою дебіторською заборгованістю; немає достовірної інформації про терміни погашення зобов'язань компаніями-дебіторами; відсутні дані про зростання витрат, пов'язаних зі збільшенням розміру дебіторської заборгованості і часу її оборотності [2].

Вирішити проблему виникнення дебіторської заборгованості допоможе створення ефективної системи контролю за якістю фінансових розрахунків із дебіторами, що вимагає розробки чіткої та досконалої класифікації дебіторської заборгованості, уніфікації способів її оцінки та документів аналітичної фінансової звітності. Для контролю дебіторської заборгованості вітчизняні вчені пропонують розробити заходи щодо пошуку можливостей збільшення кількості покупців і замовників підприємства з тим, щоб зменшити масштаб ризику несплати боргів та постійного моніторингу потенційних дебіторів. Доречним є впровадження у практику управління лімітування дебіторської заборгованості як у загальних обсягах, так і у розрахунку на одного дебітора і періодично переглядати граничні суми. Систематично проводити інвентаризацію заборгованості [5].

Для забезпечення ефективної організації та проведення обліково-аналітичних процедур щодо дебіторської заборгованості вважаємо за необхідне внести зміни у П(С)БО 10 «Дебіторська заборгованість» [1] та П(С)БО 13 «Фінансові інструменти» щодо усунення розбіжностей трактування сутності дебіторської заборгованості. Важливим питанням є вдосконалення політики управління дебіторською заборгованістю на підприємстві, та підприємства в межах чинного законодавства повинні самостійно обирати систему класифікації дебіторської заборгованості залежно від завдань, які ставить управління перед системою обліку [9].

Підсумувавши результати проведеного дослідження, необхідно зазначити, що на сьогодні існує певна недосконалість ведення обліку дебіторської заборгованості. Першочерговими завданнями подальших досліджень у даному напрямі є внесення змін до П(С)БО 10 «Дебіторська заборгованість» [1] з огляду на суперечливість сутності та невизначеність класифікації дебіторської заборгованості, неврегульованість методів формування резерву сумнівної заборгованості. Вітчизняні підприємства потребують побудови ефективного механізму внутрішнього контролю дебіторської заборгованості з метою попередження виникнення нової. Адже ефективна система управління дебіторською заборгованістю на основі дієвої системи бухгалтерського обліку сприятиме подоланню негативних тенденцій в ході господарської діяльності підприємства.

Список використаних джерел:

1. Дебіторська заборгованість : Положення (стандарт) бухгалтерського обліку №10 : затв. наказом Міністерства фінансів України від 25.10.99 р. № 725/4018 / [Електронний ресурс]. — Режим доступу: <http://zakon4.rada.gov.ua/laws/show/z072599>
2. Москалюк Г.О. Облік та контроль дебіторської заборгованості: існуючі проблеми та шляхи їх вирішення / Г.О. Москалюк // Вісник Національного університету "Львівська політехніка". — № 721 — 2012. — С.173—178.
3. Неживенко А.П. Методика обліку дебіторської заборгованості і основні напрямки її вдосконалення / А.П. Неживенко // Вісник ХНАУ ім. В.В. Докучаєва. — Сер.: Економічні науки. — 2013. — № 7. — С. 165—170
4. Чебанова Н. В., Василенко Ю. А. Бухгалтерський фінансовий облік [Текст] : Посібник. — К.: Видавничий центр «Академія», 2012. — 672с.
5. Скорба О.А. Регулювання обліку дебіторської заборгованості у вітчизняній та зарубіжній практиці / О.А. Скорба // Економіст. — 2009. — № 11. — С. 59 — 64.
6. Олійник С.О. Актуальні питання та напрямки вдосконалення управління дебіторською заборгованістю підприємств / С.О. Олійник // [Електронний ресурс]. — Режим доступу: <https://int-konf.org/ru/konf052017/1346-kiyeyeva-op-bushuyeva-v-montoring-zakonodavchoyi-bazi-u-kontekst-stvorenniya-virobnictva-kontrolyu-yakost-ta-realzacyi-lkarskih-kosmetichnih-zasobv-na-suchasnomu-farmaceutichnomu-rinku-ukrayini.html>
7. Олійник С.О. Напрями удосконалення обліку дебіторської заборгованості / С.О. Олійник // [Електронний ресурс]. — Режим доступу: http://sophus.at.ua/publ/2015_10_30_kampodilsk/sekcija_section_3_2015_10_30/naprjami_udoskonalennja_obliku_debitorskoji_zaborgovanosti/104-1-0-1596
8. Бурлаков О.О. Проблемні питання та шляхи удосконалення обліку дебіторської заборгованості на підприємствах / О.О. Бурлаков // [Електронний ресурс]. — Режим доступу: https://knowledge.allbest.ru/audit/3c0b65625a3ad68a5c53a98521206c27_0.html
9. Олійник С.О. Шляхи удосконалення обліку дебіторської заборгованості / С.О. Олійник // Журнал «Науковий огляд». - №5(48). - 2018 // [Електронний ресурс]. — Режим доступу: <http://oaji.net/articles/2017/797-1532519637.pdf>

ОСОБЛИВОСТІ БУХГАЛТЕРСЬКОГО ОБЛІКУ НА МАЛИХ ПІДПРИЄМСТВАХ РОМАНЧУК (ДЖУРОВЕЦЬ) А., 3 курс (ОС «бакалавр») ФОФЕД ЧТЕІ КНТЕУ спеціальність «Облік і оподаткування» наук. кер. Скрипник М.Є.

У статті розглянуто сутність та особливості організації ведення бухгалтерського обліку на малих підприємствах. Досліджено ефективну та раціональну організацію бухгалтерського обліку на підприємствах малого бізнесу. Проаналізовано введення обліку за спрощеними формами обліку з використанням спрощеного плану рахунків. Запропоновано можливі шляхи удосконалення організації обліку на малих підприємствах.

The article deals with the essence and features of the organization of accounting for small enterprises. The effective and rational organization of accounting in small business enterprises is investigated. The introduction of accounting for simplified forms of accounting using the simplified account plan has been analyzed. Possible ways of improving the organization of accounting at small enterprises are offered.

Малі підприємства на сьогоднішній день досить розповсюджені в Україні. Пов'язано це з тим, що на малих підприємствах основні засоби можна оновлювати досить швидко, та оперативно реагувати на зміни в ринковому середовищі. Також вагомим чинником є те, що на таких підприємствах можна застосовувати спрощену систему оподаткування. Саме завдяки цим та іншим чинникам форма організації підприємницької діяльності, як мале підприємство, є провідною в Україні. Тому питання обліку на таких підприємствах є вкрай актуальним на сьогоднішній день.

Метою статті є аналіз організації фінансового обліку на малому підприємстві.

Об'єктом дослідження є малі підприємства України.

Предметом дослідження є особливості організації ведення фінансового обліку на малому підприємстві.

Дослідженню теоретичних аспектів сутності малого бізнесу, організації обліку та аудиту на малих підприємствах присвячені праці вітчизняних вчених, а саме: Андрущенко Г., Бойченко Н. В., Каневої Т. А., Побережної Г., Шиловой Т. С. та ін. Особливості організації обліку на малих підприємствах постійно є об'єктом науково-практичних досліджень вчених та практикуючих бухгалтерів, що вже надбали певний досвід облікової роботи в даній галузі. В дослідженнях піднімаються проблеми щодо критеріїв віднесення до суб'єктів підприємницької діяльності, вибору форм організації та ведення бухгалтерського обліку. Досить детально розглядаються питання податкового обліку та податкової звітності у платників єдиного податку [7]. Згідно з Господарським кодексом України малими підприємствами (не залежно від форми власності) є підприємства, в яких за звітний (фінансовий) рік:

- ✓ середньооблікова чисельність працівників не перевищує 50 осіб;

✓ обсяг валового доходу від реалізації продукції (робіт, послуг) не перевищує 70 мільйонів гривень [3].

Але в законодавстві України існують непорозуміння щодо критеріїв віднесення до малих підприємств. Податковий кодекс України, що набув чинності з 1.01.2011 року не містив окремих положень для малих підприємств (розділ було вилучено). Але в статті 154 Податкового кодексу відмічено умови звільнення від податку на прибуток. В той же час вступає в дію з 1.04.2011 року Наказ «Про внесення змін до Положення (стандарту) бухгалтерського обліку 25 «Фінансовий звіт суб'єкта малого підприємництва» [4].

В стандарті вказано, що суб'єктами малого підприємництва є юридичні особи, що відповідають критеріям, визначеним пунктом 154.6 статті 154 Податкового кодексу.

Отже, критерії віднесення до суб'єктів малого підприємництва згідно з Податковим кодексом України зображено на рис. 1.

Організація обліку на малих підприємствах повинна відповідати всім нормативно-правовим вимогам, щодо ведення обліку, тобто забезпечувати інформаційну, контрольну та аналітичну функції. Облік на малих підприємствах повинен бути максимально спрощений. Облікова політика на малих підприємствах повинна бути затверджена спеціальним наказом про облікову політику [2].

Малі підприємства самостійно здійснюють заходи щодо організації бухгалтерського обліку, що фіксуються в наказі. У наказі про організацію бухгалтерського обліку підприємство зазначаються такі моменти:

- ✓ вибір спрощеної форми ведення бухгалтерського обліку;
- ✓ встановлення правил документообігу та технології обробки облікової інформації;
- ✓ використання спрощеного плану рахунків бухгалтерського обліку (передбачає тільки синтетичні рахунки, кількість яких становить 25, 9 клас рахунків не включається);
- ✓ встановлення системи та форми внутрішньогосподарського обліку, звітності та контролю господарських операцій;
- ✓ встановлення порядку проведення інвентаризації активів і зобов'язань з метою забезпечення достовірності даних бухгалтерського обліку та фінансової звітності підприємства.

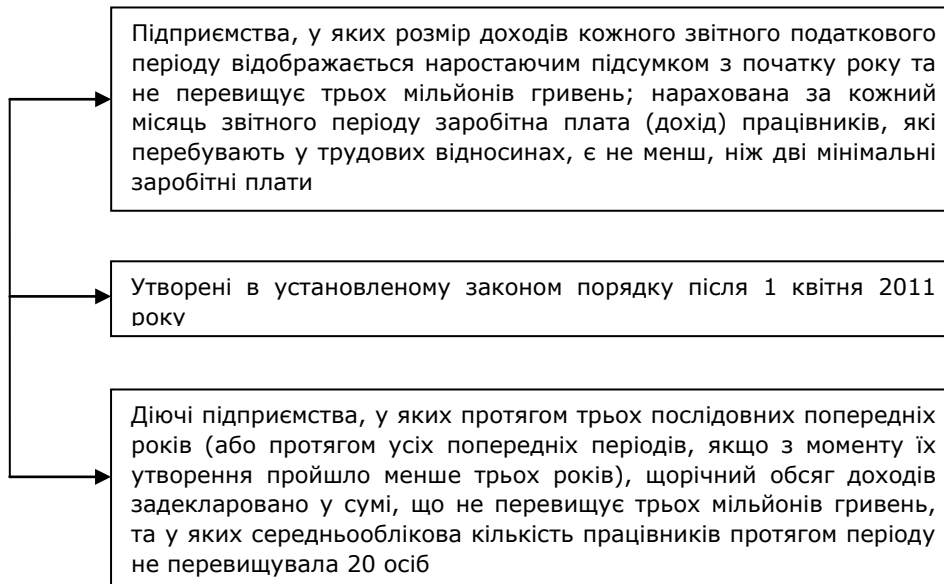


Рис. 1. Критерії віднесення до суб'єктів малого підприємництва.

Джерело розроблено за даними [5].

Відповідно до наказу про облікову політику на підприємстві ведеться фінансовий і статистичний облік та звітність в порядку, що встановлюється чинним законодавством.

На малих підприємствах фінансовий облік складається з первинного обліку (документування господарських операцій), поточного обліку (хронологічні та систематичні відображення господарських операцій на підставі первинних документів у регістрах бухгалтерського обліку) та узагальнюючого обліку (підготовка фінансової звітності, контрольних та аналітичних таблиць) [1].

Малим підприємствам для потреб виробництва та управління цим підприємством необхідно вибрати спрощену форму бухгалтерського обліку. Саме така форма бухгалтерського обліку застосовується малими підприємствами при обліку основних засобів та виробничих запасів.

Відповідно до методичних рекомендацій передбачено ведення відомостей від 1-м до 5-м, а узагальнення облікових даних в оборотно-сальдовій відомості.

У таблиці 1 зображено реєстри аналітичного і синтетичного обліку на малих підприємствах за спрощеною формою.

Реєстри аналітичного і синтетичного обліку малих підприємств за спрощеною формою

Назва реєстру	Рахунки, згідно з спрощеним Планом рахунків
Журнал обліку господарських операцій	Всі рахунки
Відомість 1 М «Обліку готівки і грошових документів»	30,31
Відомість 2 М «Обліку запасів»	20,21,26
Відомість 3 М «Обліку розрахунків з дебіторами і кредиторами, за податками й платежами, довгострокових зобов'язань і доходів майбутніх періодів»	37,55,64,66,68,69
Відомість 4 М «Обліку необоротних активів та амортизації (зносу), капітальних і фінансових інвестицій та інших необоротних активів»	10,13,14,15,16,18,35
Відомість 5 М «Обліку витрат, доходів і фінансових результатів, власного капіталу, витрат майбутніх періодів, забезпечення майбутніх витрат і платежів»	23,39,40,44,47,48,70,74,79,90,91,96
Оборотно-сальдова відомість	Всі рахунки

Джерело розроблено за даними [6].

Отже, спрощена форма обліку передбачає застосування відомостей, замість журналів або журналів-ордерів. Також передбачено введення простої форми обліку з використанням тільки Журналу господарських операцій та Відомості 3М. Застосування спрощеної або простої форми обліку передбачає використання Спрощеного Плану рахунків.

Регістр «Журнал Головна» застосовується на невеликих підприємствах зі спрощеним планом рахунків. Він відображає облік синтетичних рахунків у систематичному і хронологічному порядку. На початок звітної періоду вводиться сальдо за рахунками робочого плану рахунків. Кожного дня до журналу вносяться обороти за дебетом і кредитом кореспондуючих рахунків, де вказується документ, на основі якого відбулася господарська операція. Облікова інформація малого підприємства повинна відображати фінансово-господарські та організаційно-технологічні особливості діяльності [8].

Отже, організація обліку на малих підприємствах відрізняється від організації обліку решти підприємств, адже на неї мають вплив специфічні фактори та умови їх діяльності. Але метою підприємства та його керівництва все одно залишається забезпечення ведення справедливого обліку та вчасного і правильного складання і подання фінансової звітності користувачам та власникам малого підприємства.

Таким чином, удосконалити організацію обліку на малих підприємствах можна за допомогою наступних заходів:

- ✓ розробити законодавчі акти, для створення та функціонування таких підприємств;
- ✓ забезпечити підтримкою держави малі підприємства;
- ✓ розробити таку базу оподаткування, яка своєю ставкою буде сприяти збільшенню кількості та ефективності малих підприємств;
- ✓ для досягнення високих результатів підприємством пропонується ввести проведення планового аудиту.

Список використаних джерел:

1. Андрущенко Г. Актуальні питання формування облікової політики малих підприємств// Бухгалтерський облік і аудит. – 2008. – № 11.
2. Бойченко Н. В. Особливості розвитку та побудови облікової політики підприємств малого бізнесу в Україні / Н. В. Бойченко // Прогресивні ресурсозберігаючі технології та їх економічне обґрунтування у підприємствах харчування. Економічні проблеми торгівлі : зб. наук. пр. – Харків : ХДУХТ, 2004.
3. Господарський кодекс України від 16.01.2003 № 436-IV [Електронний ресурс] – Режим доступу до ресурсу: <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/436-15>.
4. Наказ про внесення змін до Положення (стандарту) бухгалтерського обліку 25 "Фінансовий звіт суб'єкта малого підприємництва" [Електронний ресурс] – Режим доступу до ресурсу: <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/z1156-09>.
5. Податковий кодекс України від 02.12.2010 №2755-VI [Електронний ресурс] – Режим доступу до ресурсу: <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/2755-17>.
6. Про затвердження Методичних рекомендацій із застосування реєстрів бухгалтерського обліку малими підприємствами від 15.06.2011 № 720 [Електронний ресурс] – Режим доступу до ресурсу: <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/v0720201-11>.
7. Сук Л.К., Сук О.Л., Данілочкіна О.В. Облік на підприємствах малого бізнесу. [Навч. посіб.] / Л.К. Сук, О.Л. Сук, О.В. Данілочкіна - К.: Каравела, 2012. – 352 с.
8. Терещенко Л. О., Матієнко-Зубенко І. І. Інформаційні системи і технології в обліку: Навч. посіб. — К.: КНЕУ, 2004. — 187 с. ISBN 966-574-575-1

ДЕЯКІ АСПЕКТИ ОБЛІКУ ВИРОБНИЧИХ ЗАПАСІВ НА ПІДПРИЄМСТВІ

УДОДЕНКО (ДЕЮН) А., 1 курс (ОС «магістр») ФОФЕД ЧТЕІ КНТЕУ

спеціальність «Облік і оподаткування»

наук. кер. Багрій К.Л.

Управлінський облік як складова облікової системи має глибокі історичні корені. Розвиток управлінського обліку на сучасному етапі полягає в поєднанні таких функцій, як планування, облік, контроль і аналіз. Стаття присвячена дослідженню основних етапів становлення управлінського обліку в менеджменті підприємства, обґрунтовано визначення терміну «управлінський облік» різними авторами.

Management accounting as a component of the accounting system has deep historical roots. The development of managerial accounting at the present stage is the combination of such functions as planning, accounting, control and analysis. The article is devoted to the study of the main stages of the formation of management accounting in the management of the enterprise, the definition of the term "management accounting" by different authors is substantiated.

Розвиток управлінського обліку здійснюється за історичними епохами, які є загальноновизначеними у світовій науці, у рамках яких у системно-хронологічному порядку виявляються передумови створення та аналізуються умови виникнення управлінського обліку [1]. На сьогоднішній день, проблема формування управлінського обліку в менеджменті підприємства є досить актуальною, для ефективного управління і швидкого реагування на зміни зовнішнього середовища необхідно використовувати методи управлінського

обліку.

Сутність управлінського обліку, а також принципи його ведення та етапи становлення, висвітлено в працях Р. Гарісона, С.Ф. Голова, К. Друрі, Р. Ентоні, Дж. Ріса, Д. Міллера, Ф. Каста, І.І. Каракоза, К.Н. Нарібаєва, Б. Нідлза, М.С. Пушкаря, С.С. Сатубалдіна, Я.В. Соколова, У. Чермена, М.Г. Чумаченка, А. Яругової.

На сьогоднішній день незважаючи на значну кількість наукових робіт із тематики управлінського обліку, ще недостатньо досліджено еволюцію управлінського обліку, тому це питання залишається актуальним і потребує подальшого вивчення.

Мета статті полягає в дослідженні історичних періодів розвитку управлінського обліку, що визначають формування подій, які об'єктивно обумовлюють становлення управлінського обліку та виявлення передумов розвитку.

Серед умов, що спонукають розвиток управлінського обліку можна назвати підвищення конкуренції, витратно-цінового тиску, прискорення розвитку технологій у вигляді зростаючої автоматизації. Ці зміни підвищують потребу керівників у інформації, яка пов'язана з внутрішніми операціями, і не може бути отримана із традиційних фінансових звітів. Здатність організації вижити у швидкозмінному світі буде прямо залежати від того, як швидко та розумно вона відреагує на нові проблеми. Роль управлінського обліку у їх вирішенні буде дуже важливою.

Управлінський облік став відповіддю на труднощі, на які наштовхувався традиційний бухгалтерський облік, при цьому перший не відмінює, а доповнює його. Управлінський облік є складовою системи економічних наук, тому як і будь-яка економічна наука, він має свій ступінь розвитку, який визначається рівнем вивченості історії. А тому при розгляді теоретичного аспекту процесу формування управлінського обліку звернемось до історії його розвитку в менеджменті підприємства, адже саме історичний аспект забезпечує об'єктивність науці. Діапазон поглядів вчених з питань визначення терміну «управління» є найрізноманітнішим. Так, за останні роки серед фахівців утвердилася думка, що управління – це практика і наука керівництва організаціями, а також підприємствами [2, с. 11].

Тому, розглядаючи проблему управління, ми перш за все розглядаємо облікову інформацію як основну в прийнятті рішень внутрішніми та зовнішніми користувачами. Вона є основою для планування, прогнозування, контролю та оцінки діяльності підприємства. Ці питання мають якщо не історичний, то, принаймні, часовий характер. Відбулась зміна значення слова «управління» і ролі управлінців як у суспільстві загалом, так і на підприємстві зокрема.

З історії відомо, що виникнення примітивних форм управління нерозривно пов'язано з розвитком виробництва та обміну, тобто утворенням ієрархічних громад, що в економічному плані відзначалися внутрішньою спеціалізацією (розподілом праці) членів цих громад. Виникла нагальна потреба у правилах організації вкладання, обігу та збереження коштів і товарів. Розробка і впровадження таких правил були першою спробою оформлення практики управління. Стародавні тексти, зокрема асирійські й єгипетські, підтверджують це. У наукових коментарях до перекладу «Одіссеї» Віктор Берар (1933) порушив проблему запасів (вина, олії, хліба), які були в архейських маєтках. Їхні обсяги й асортимент вимагали нагляду довіреної особи, на яку покладалася функція складування, а також фізичний контроль за кількістю і якістю запасів. Однак в роботі не згадується жодне з правил, що їх використовували при цьому. Пізніше Ксенофонт у одній із своїх робіт розглядав принципи управління домашнім господарством і сільськогосподарським маєтком, особливо наголошуючи на ролі дружини господаря [2, с. 13]. Хоча ці тексти можна вважати першими спробами сформулювати принципи управління, вони розглядали лише закриті системи адміністративного типу (авторитарність рішень господаря маєтку), були слабо пов'язані з довкіллям, ринковим обміном.

Набагато менше однастайності у питанні що саме входить у «сферу компетенції» управлінського обліку, щодо фінансового обліку та системи збирання і обробки інформаційних даних. Для кращого розуміння цієї проблеми використаємо підхід однієї з п'яти основних шкіл американської теорії управління, а саме – «школи управлінського застосування загальної теорії систем» (Д. Міллер, У. Чермен, Ф. Каст та інші). Основним поняттям цієї теорії є «ієрархія систем». Кожна система складається із систем нижчого порядку і є одночасно підсистемою систем вищого порядку і так нескінченно.

Якщо процес управління розглядати у вузькому значенні як систему менеджменту підприємства, то слід вказати на такі її ознаки: складність, динамічність, ймовірний характер. У цій системі виділяються дві підсистеми – виробництво і апарат управління суб'єктом.

В об'єкті управління процеси спрямовані на матеріально-речовий результат, а інформаційна сторона має підпорядкований характер. Суб'єкт управління в більшій мірі пов'язаний з інформаційним процесом, а матеріальна сторона виробничого процесу носить підпорядкований характер.

Виходячи з характеристики об'єкта і суб'єкта управління, можна зробити висновок, що робота апарату управління повинна бути спрямована на контроль господарської діяльності підприємства, але у специфічній формі – через отримання економічної інформації про роботу підприємства в єдиному грошовому вимірюванні.

Система управління може ефективно функціонувати лише при належному оперативному інформаційному забезпеченні. Отже, визначимо, яку інформацію для розвитку підприємства дає управлінський облік і яке його місце в інформаційній базі управління. При цьому необхідно послідовно розглянути такі питання: 1) у прийнятті яких управлінських рішень бере участь управлінський облік; 2) яка інформація використовується управлінським обліком на вході; 3) у яких стадіях управлінського циклу задіяний управлінський облік [3, с. 8].

Управлінський облік як самостійна частина бухгалтерського обліку виник закономірно на певному етапі розвитку суспільства. У передових зарубіжних країнах управлінський облік у вигляді окремої галузі теоретичних і практичних знань з'явився в першій половині ХХ ст. Його виникнення обумовлено перш за

все появою і розширенням внутріфірмових правових і економічних відносин, що спричинило розмежування калькуляційного обліку від фінансового [4, с. 5]. Процес становлення управлінського обліку чітко простежується у двох напрямках – американському і європейському.

Американський напрямок становлення управлінського обліку характерний кількома етапами [5, с. 6-7]: 1) середина XIX ст. – розвиток залізниць і морських шляхів різко розширив можливості комерційної діяльності, а це потребувало складання перспективних прогнозуючих розрахунків, обчислення собівартості послуг; 2) остання третина XIX ст. – виникли дві паралельні та взаємодоповнюючі системи управлінського обліку; 3) остання четвертина XIX ст. – Тейлор склав систему виробничого нормування, яка призводить до формування принципу стандарт-кост.

Незважаючи на те, що паростки управлінського обліку з'явилися в XIX ст., повністю він був визнаний лише в середині XX ст.

Основна відмінність між американським і європейським напрямками полягає в тому, що в американському обліку головну увагу приділяють оперативному контролю за витратами виробництва, а європейський виробничий облік базується на конкретному обчисленні собівартості продукції.

Досліджуючи організацію бухгалтерського обліку, що склався в нашій країні, ми можемо сказати, що управлінський облік як автономна економічна категорія виник лише 20 років тому. До кінця 60-х років домінуючим було його класичне розуміння. Воно полягало в тому, що облік розглядали насамперед як засіб відображення господарської діяльності підприємства; реєстрації в грошовому вимірюванні фінансових операцій підприємства, тих господарських подій, які й частково мають фінансовий характер, а також узагальнення та інтерпретації цих даних через фінансову звітність. Це так званий «історичний облік», основною функцією якого є «фотографування» діяльності підприємства [3, с. 7]. На початку 70-х років з ініціативи Американської Асоціації бухгалтерів з'явився інший погляд на суть бухгалтерського обліку, який є актуальним і сьогодні.

Рационалізатори американського бухгалтерського обліку Гант, Емерсон, Гаррісон, які створили систему стандарт-кост, ставили перед бухгалтерським обліком завдання не лише констатувати витрати, а й впливати на їх зниження шляхом організації контролю за їх рівнем.

У середині 70-х років набула поширення нова концепція розуміння суті та змісту бухгалтерського обліку, основним положенням якої є твердження, що робота бухгалтера повинна бути спрямована не на забезпечення вихідною обліковою інформацією абстрактного узагальненого користувача, а на задоволення специфічних потреб конкретних споживачів. Отже, вперше порушено питання про чіткий лінійний взаємозв'язок між конкретними потребами користувачів і «технологією» облікового процесу, на виході з якого повинен бути отриманий інформаційний продукт з певними, наперед заданими параметрами. Саме такий методичний підхід став основою для поділу традиційного обліку на фінансовий та управлінський як систем, покликаних задовольняти інформаційні потреби різних груп користувачів – зовнішніх і внутрішніх.

Отже, можна стверджувати, що перший період пов'язаний безпосередньо з формуванням передумов виникнення управлінського обліку. Другий період пов'язаний з розробкою методології управлінського обліку і його розвитком в менеджменті підприємства. У даному періоді можна виділити наступні три етапи: 1920-1950 рр. – розробка специфічних прийомів, методів управлінського обліку, формування його цілей; 1950-1990 рр. – розвиток традиційних систем управлінського обліку (стандарт-кост, директ-костинг, калькулювання повної собівартості, розподіл витрат, оцінка беззбитковості тощо); 1990 р. – до теперішнього часу – розвиток інноваційних систем управлінського обліку (калькуляційних систем ABC, «just in time»), концепції стратегічного управлінського обліку в менеджменті підприємства [1; 6].

Практично всі автори одностайні у концептуальному трактуванні категорії «управлінський облік». Так, Р. Гарісон вважав, що «управлінський облік – це підсистема обліку, пов'язана із забезпеченням менеджерів інформацією для використання в плануванні, контрольних діях і для прийняття рішень». На думку Р. Ентоні, Дж. Піса, «управлінський облік – це процес у рамках організації інформацією, що використовується для планування, власне менеджменту і контролю діяльності організації». А. Яругова стверджує, що управлінський облік інформаційно організовує внутрішньо організаційні зв'язки між особами, які працюють на самому підприємстві. Згідно з визначенням Б. Нідлз «управлінський облік охоплює всі види облікової інформації, яка вимірюється, обробляється і передається для внутрішнього використання менеджментом». На думку К. Друрі, «управлінський облік обслуговує менеджерів (керівників) у середині організації (підприємства), видаючи їм інформацію для прийняття рішень, планування, контролю і регулювання прямих виробничих витрат (собівартості продукції) для складання фінансових звітів». Ч.Т. Хорнгерн, Дж. Фостер вважають, що «управлінський облік – це ідентифікація, вимірювання, збирання систематизація, аналіз, розподіл, інтерпретація і передавання інформації, яка необхідна для управління будь-яким об'єктом». Отже, тут ми бачимо ширший порівняно з попередніми авторами погляд на зміст категорії «управлінський облік». З точки зору Т. Скоуна, управлінський облік призначений «представляти менеджерам фінансову інформацію з метою допомоги їм в ключових сферах: планування, контролю, прийняття рішень». Інформація, що готується в системі управлінського обліку, базується на фінансовій інформації, разом з тим вона більш деталізована і не обов'язково повинна мати вираз у грошовій оцінці. С.Ф. Голов зазначає, що управлінський облік – це процес виявлення, зміни, накопичення, аналізу, підготовки, інтерпретації і передачі інформації, що використовується менеджментом для планування, оцінки і контролю в організації і для забезпечення відповідного підзвітного використання ресурсів [7, с. 246-247].

Міжнародні стандарти бухгалтерського обліку містять наступне визначення управлінського обліку: «управлінський облік може бути визначений як процес ідентифікації, вимірювання, нагромадження, аналізу, підготовки, інтерпретації і передачі інформації (як фінансової, так і операційної), яка використовується управлінським персоналом для планування, оцінки і контролю роботи організації, для

впевненого використання звітності за ресурсами» [8].

В Україні у зв'язку з прийняттям закону «Про бухгалтерський облік та фінансову звітність» в 1999р. управлінський облік розглядається як синонім внутрішньогосподарського обліку, що зумовлює різні погляди на його роль, зміст і значення в системі управління підприємством [9].

Отже можна зробити такий висновок, управлінський облік як складова облікової системи має глибокі історичні корені. Розвиток управлінського обліку на сучасному етапі полягає в поєднанні таких функцій, як планування, облік, контроль і аналіз. Результатом такого поєднання має бути система інформаційного забезпечення прийняття управлінських рішень, обслуговувати яку повинен управлінський облік в менеджменті підприємства.

Список використаних джерел:

1. Чумаченко Н.Г. Розвиток управлінського обліку в Україні / Н. Г. Чумаченко // Світ бухгалтерського обліку. – 1999. – № 10-11. – С. 12.
2. Ру Д. Управління / Д. Ру, Д. Сульє / Пер. з фран. – К.: Основи, 1995. – 447 с.
- 3/Оленчик А. Управлінський (внутрішньогосподарський) облік: суть і місце в системі формування економічної інформації / А. Оленчик // Бухгалтерський облік і аудит. – 1995. – № 6. – С. 7-8.
4. Пушкар М. С. Управлінський облік/ М. С. Пушкар. – Тернопіль: Поліграфіст Лтд., 1997. – 160 с.
5. Румак Е. Х. Управленческий учёт в сельскохозяйственных предприятиях/ Е. Х. Румак. – К.: Урожай, 1995. – 120 с.
6. Мошківська О.А. Еволюційний розвиток бухгалтерського управлінського обліку: історичний аспект / О. А. Мошківська // Збірник наукових праць ЧДТУ. – 2010. – Вип. 22. – С. 73-76.
7. Голов, С. Ф. Бухгалтерський облік в Україні: аналіз стану та перспективи розвитку : моногр. / С.Ф. Голов. – К.: ЦУЛ. – 2007. – 522 с.
8. Міжнародні стандарти фінансової звітності 2004 / [упорядкув С. Ф. Голов]; ч. 1., перекл. з англ. – К.: Федерація професійних бухгалтерів і аудиторів України, 2005. – 1304 с.
9. Про бухгалтерський облік і фінансову звітність в Україні. Закон України від 16.07.99 р. // Реформування системи бухгалтерського обліку в Україні за національними стандартами. – Київ «Молодь», 2000. – 7-15 с.

ОСОБЛИВОСТІ ОБЛІКУ ВАЛЮТНИХ ОПЕРАЦІЙ КОМЕРЦІЙНИХ БАНКІВ УКРАЇНИ

ШАНЮК О., 3 курс (ОС «бакалавр») ФОФЕД ЧТЕІ КНТЕУ

спеціальність «Облік і оподаткування»

наук.кер. Манащинська Ю.А.

На сьогоднішній день, операції з іноземною валютою посідають важливе місце в діяльності банківського сектору. Використання вітчизняною банківською системою міжнародної практики ведення бухгалтерського обліку та формування фінансової звітності зумовило необхідність дослідження особливостей валютних операцій, для яких характерними є ризикованість та складність проведення. При цьому, в світі досі не має єдиної схеми обліку операцій з іноземною валютою і кожна країна використовує свій метод. У цій науковій статті розкрито значення банківських валютних операцій, здійснено аналіз чинної методики їх обліку та запропоновано методи підвищення якості бухгалтерського обліку.

To date, foreign exchange operations have an important place in the banking sector. The use of the domestic banking system of international accounting practices and the formation of financial statements led to the need to study the peculiarities of currency transactions, which are characterized by the riskiness and complexity of carrying out. At the same time, the world still does not have a single scheme for accounting for foreign exchange operations, and each country uses its method. In this scientific article the significance of bank currency transactions is disclosed, the analysis of the current methodology of their accounting is carried out and methods of improving the quality of accounting are proposed.

Валютні операції є новими для вітчизняної банківської системи відносно банківських системам розвинутих країн світу. Значне зростання кількості операцій з іноземною валютою та наявність широкого спектра валютних ризиків вимагають детального дослідження економічного змісту, процесу здійснення та обліку даних операцій.

Проблему обліку валютних операцій у своїх працях досліджувала велика кількість зарубіжних та вітчизняних науковців, серед яких: Ю. Масленченков, В. Беті, П. Касон, Дж. Маккензі, В. Немцінов, Н. Литвин, О. Дзюблюк, А. Максименко, О. Степаненко та інші. Але все ж, це питання залишається до кінця не розкритим і потребує зосередженої уваги вчених.

Вітчизняна та зарубіжна економічна література не мають єдиного підходу до визначення поняття «валютні операції». Але, згідно Декрету Кабінету Міністрів України «Про валюту і валютні операції» валютні операції – це:

1) операції, пов'язані з переходом права власності на валютні цінності, за винятком операцій, що здійснюються між резидентами у валюті України;

2) операції пов'язані з використанням валютних цінностей в міжнародному обігу як засобу платежу, з передаванням заборгованостей та інших зобов'язань, предметом яких є валютні цінності;

3) операції, пов'язані з ввезенням, переказуванням і пересиланням на

територію України та вивезенням, переказуванням і пересиланням за її межі валютних цінностей [1].

Основні методологічні засади бухгалтерського обліку операцій на міжнародному рівні регламентує МСБО 21 «Вплив змін валютних курсів». Проте, МСБО 21 не застосовується до обліку хеджування статей в іноземній валюті, в тому числі хеджування чистих інвестицій у закордонну господарську одиницю. Дані питання регламентує МСФЗ 9 «Фінансові інструменти» [2].

Згідно МСБО 21, операції в іноземній валюті необхідно відображати при первісному визнанні у функціональній валюті, застосовуючи до суми в іноземній валюті курс обміну «спот» між функціональною валютою та іноземною валютою на дату операції [2].

Валютні операції за балансовими рахунками відображаються за наступними курсами:

- за офіційним валютним курсом;
- за ринковим курсом гривні;
- за офіційним валютним курсом гривні;
- за офіційним валютним курсом на дату укладення установчого договору;

- за офіційним валютним курсом на дату сплати авансу гривні.

Країна самостійно обирає метод обліку операцій з іноземною валютою, в залежності від її історичного розвитку, традицій, рівня розвитку науки та економіки.

Комерційні банки мають право на здійснення валютних операцій з дотриманням певних вимог НБУ, серед яких:

- підключення до міжнародних інформаційних систем;
- підключення до електронної міжнародної системи платежів в іноземній валюті (S.W.I.F.T. тощо);
- наявність спеціального операційного залу (дилерської кімнати, бек-офісу) з організованою охороною і системою допуску, тощо.

Чинний план рахунків бухгалтерського обліку в комерційних банках дозволяє повною мірою відобразити розрахунки в іноземній валюті та оцінити валютні активи і пасиви банку.

Особливістю сучасного обліку валютних операцій банків є принцип мультивалютності, який полягає у відображенні операцій в іноземній валюті за тими ж рахунками, що і операцій в гривні [3].

Зв'язок між операціями в іноземній та національній валюті існує за рахунок використання технічних рахунків [5]:

3800 «Позиція банку щодо іноземної валюти та банківських металів»;

3801 «Еквівалент позиції банку щодо іноземної валюти та банківських металів».

Рахунок 3800 «Позиція банку щодо іноземної валюти та банківських металів» призначений для обліку операцій, які здійснюються у двох різних валютах або операцій з банківськими металами. За дебетом даного рахунку відображають вартість іноземної валюти чи банківських металів, яка збільшує коротку або зменшує довгу відкриту валютну позицію. За кредитом відображають вартість іноземної валюти чи банківських металів, яка збільшує довгу або зменшує коротку відкриту валютну позицію.

Рахунок 3801 «Еквівалент позиції банку щодо іноземної валюти та банківських металів» є контррахунком до рахунку 3800 і призначений для обліку гривневого еквіваленту позиції щодо іноземної валюти та банківських металів. За дебетом рахунку відображають еквіваленти сум іноземної валюти чи банківських металів, які збільшують довгу або зменшують коротку відкриту валютну позицію. За кредитом – еквіваленти сум іноземної валюти чи банківських металів, які збільшують коротку або зменшують довгу відкриту валютну позицію [5].

Наприкінці кожного операційного дня залишки у гривневому еквіваленті за технічними рахунками 3800 «Позиція банку щодо іноземної валюти та банківських металів» та 3801 «Еквівалент позиції банку щодо іноземної валюти та банківських металів» повинні бути однаковими. Різниця між сумами залишків у гривневому еквіваленті відповідної іноземної валюти та банківських металів за аналітичними рахунками 3800 та 3801 у розрізі кодів іноземної валюти та банківських металів, які виникають у зв'язку з округленням, відображають на рахунку 6204 «Результат від переоцінки іноземної валюти та банківських металів» [7].

Різницю між залишками у відповідній іноземній валюті за аналітичними рахунками 3800 (за офіційним курсом) та 3801 (за курсами договорів) того самого коду іноземної валюти відображають на рахунку 6204 «Результат від торгівлі іноземною валютою та банківськими металами» [4, с.18].

Отже, бухгалтерський облік в банках характеризується своєю потужністю та високою якістю, але в процесі формування інформації про операції в іноземній валюті виникають прогалини:

1. В чинному плані рахунків бухгалтерського обліку в банках передбачені спільні рахунки для обліку доходів і витрат, отриманих як від валютних операцій, так і від операцій, здійснених у національній валюті. Тому, варто внести зміни до плану рахунків і виокремити синтетичний облік вказаних операцій.

2. Для потреб облікового відображення курсових різниць та реалізованого, чи нереалізованого фінансового результату в ході проведення валютних операцій вітчизняні банки використовують лише один рахунок 6204 «Результат від переоцінки іноземної валюти та банківських металів» [4]. Проте, для обліку курсових різниць, що виникають в результаті переоцінки активів та пасивів внаслідок зміни валютних курсів, варто передбачити окремі синтетичні рахунки.

3. Забезпечення процесу достовірного визначення фінансового результату від торгівлі валютою та банківськими металами необхідно передбачити в плані рахунків два синтетичних рахунки: «Позитивний результат від торгівлі іноземною валютою та банківськими металами» та «Негативний результат від торгівлі іноземною валютою та банківськими металами».

Список використаних джерел:

1. Про валюту і валютні операції :[Електронний ресурс] – Режим доступу: <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/2473-19>
2. Міжнародний стандарти бухгалтерського обліку 21 «Вплив змін валютних курсів»: [Електронний ресурс] – Режим доступу: https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/929_022
3. Верховна Рада України: [Електронний ресурс] – Режим доступу:
4. <https://zakon.rada.gov.ua/laws/term/ru/16169:24401/sp?sp=i3:max100>
5. 4.Левицька С. О. Облік і аудит операцій в іноземній валюті : автореф.
6. дис. на здобуття наук, ступеня канд. екон. наук : спец. 08.06.04 "Бухгалтерський облік, аналіз та аудит " / С. О. Левицька. – Тернопіль, 2000. – 20с.
4. Гальчинський А. С. Сучасна валютна система / А. С. Гальчинський. –
7. К. : LIBRA, 1993. – 96 с.
5. Про затвердження Положення про валютний нагляд: [Електронний ресурс] – Режим доступу: <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/v0013500-19>
6. Про банки і банківську діяльність : [Електронний ресурс] – Режим доступу :
8. <http://zakon1.rada.gov.ua/cgi-bin/laws/main.cgi>.
7. Про визнання такими, що втратили чинність, деяких нормативно-правових актів Національного банку України: [Електронний ресурс] – Режим доступу: <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/v0031500-19>
9. 7.План рахунків бухгалтерського обліку в банках : [Електронний ресурс] – Режим доступу : <https://bank.gov.ua/document/download?docId=55228582>

ОСОБЛИВОСТІ ОБЛІКУ НА ТОРГОВЕЛЬНИХ ПІДПРИЄМСТВАХ

ШАНЮК О., 3 курс (ОС «бакалавр») ЧТЕІ КНТЕУ

спеціальність «Облік і оподаткування»

наук. кер. Скрипник М.Є.

В статті відображено основні особливості торговельної діяльності, які впливають на здійснення обліку в торгівлі та відображення операцій на бухгалтерських рахунках. Також, охарактеризовано рахунки, які використовують в обліку торговельних операцій та наведено найпоширенішу кореспонденцію рахунків.

The article describes the main features of trading activities that affect the accounting of trade and the reflection of transactions in accounting accounts. Also, the accounts that are used in accounting for trading operations and the most common correspondence of accounts are described.

Торговельна діяльність є одним із видів підприємницької діяльності, що являє собою ініціативну, самостійну діяльність юридичних осіб і громадян, щодо здійснення купівлі і продажу товарів народного споживання з метою одержання прибутку [1]. Торговельна діяльність включає оптову та роздрібну торгівлю, а також торговельно-виробничу сферу (ресторанне господарство).

На сьогоднішній день, в сфері торгівлі діє велика кількість підприємств (організацій) та їх структурних підрозділів (магазини, кіоски, лотки). В даних підрозділах знаходяться кошти, товари та обладнання, і забезпечити їх можна за допомогою правильно організованого бухгалтерського обліку, який в даній сфері має свої особливості.

Специфіку обліку на торговельних підприємствах у своїх працях досліджували такі науковці, як Захожай В. Б., Орлова В. К, Савич В. І., Костецька Л. А. та інші.

Бухгалтерський облік в торгівлі регулюється Законом України «Про бухгалтерський облік і фінансову звітність в Україні», Положеннями (стандартами) бухгалтерського обліку, національним Планом рахунків бухгалтерського обліку активів, капіталу, зобов'язань і господарських операцій підприємств і організацій, законодавчими і нормативними актами з урахуванням особливостей в діяльності торговельних підприємств.

Облік роздрібного товарообігу ведеться, як правило, у грошовому вимірнику за продажними (роздрібними) цінами. Але реалізація окремих видів товарів у роздрібній торгівлі можлива лише за наявності ліцензії. Ліцензія - це державне свідоцтво, що засвідчує право суб'єкта підприємницької діяльності займатися певним видом діяльності [2].

Ліцензуванню підлягають види підприємницької діяльності, які безпосередньо впливають на здоров'я людини, навколишнє середовище та безпеку держави.

До них належать [2]: оптова реалізація спирту етилового, коньячного і плодового; оптова реалізація алкогольних напоїв та тютюнових виробів; роздрібна реалізація алкогольних та тютюнових виробів; оптова реалізація лікарських засобів; роздрібна реалізація лікарських засобів; реалізація особливо небезпечних хімічних речовин, перелік яких визначає Кабінет Міністрів України; реалізація виробів із дорогоцінних металів і дорогоцінного каміння; здійснення операцій із металобрухтом; виробництво, ремонт і реалізацію спортивної, мисливської вогнепальної зброї та боєприпасів до неї, а також холодної зброї, пневматичної зброї калібру понад 4,5 мм і швидкістю польоту кулі понад 100 метрів за секунду; виготовлення та реалізація спеціальних засобів, заряджених речовинами сльозоточивої і дратівливої дії, індивідуального захисту, активної оборони й засобів для виконання спеціальних операцій та операцій оперативного-розшукових заходів.

В обліку ліцензії відображаються на субрахунку 127 «Інші нематеріальні активи». Протягом строку корисного використання вартість ліцензії амортизується, а сума амортизації відносяться до витрат операційної діяльності [4].

Для того, щоб реалізувати товари за готівку або з використанням кредитних карток, торговельному підприємству потрібно придбати торговий патент - державне свідоцтво, що засвідчує право суб'єкта підприємницької діяльності чи його структурного підрозділу займатися торговельною діяльністю [2].

Згідно зі Законом України "Про патентування деяких видів підприємницької діяльності" патентуванню підлягає торговельна діяльність, яку суб'єкти підприємницької діяльності або їх структурні підрозділи здійснюють у пунктах продажу товарів.

У бухгалтерському обліку придбання торгового патенту відображають за дебетом рахунку 39 "Витрати майбутніх періодів" і кредитом рахунку 311 "Поточні рахунки в національній валюті".

Зменшення нарахованого податку на прибуток на суму, внесену в оплату вартості торгового патенту у межах такого податку обліковують за дебетом рахунку 641 "Податок на прибуток" і кредитом рахунку 39 "Витрати майбутніх періодів".

Облік товарів і тари на торговельних підприємствах ведеться на рахунку 28 «Товари», який для обліку в сфері торгівлі є основним і має наступні субрахунки [1]: 281 «Товари на складі», 282 «Товари в торгівлі», 283 «Товари на комісії», 284 «Тара під товарами», 285 «Торгова націнка».

Товари в роздрібній торгівлі обліковують за продажними цінами, а в оптово-збутових організаціях - за покупними або покупними. Тому, розпорядчим документом керівника має бути встановлено, за якими цінами буде здійснюватися облік товарів у звітному році. Якщо облік товарів здійснюється за продажними цінами, то різниця між їх вартістю за покупними і продажними цінами, яка утворюється за рахунок торгової націнки на товари, відображається на пасивному субрахунку 285 «Торгова націнка». При здійсненні обліку товарів за покупними цінами, цей субрахунок не використовують.

Торговельна націнка у роздрібній торгівлі включає суму ПДВ, сплачену постачальнику, власну торговельну націнку підприємства торгівлі та ПДВ на суму цієї торговельної націнки.

Торговельні підприємства не виготовляють продукцію, а надають послуги. Саме тому в торгівлі немає витрат на виробництво, але є витрати пов'язані зі зберіганням та реалізацією товарів. Ці витрати називають витратами обігу. В галузі торгівлі не калькулюють собівартість і, відповідно, не використовують рахунок 23 "Виробництво".

Щодо транспортно – заготівельних витрат, то підприємства роздрібної торгівлі можуть використовувати будь-який метод їх обліку. Зазвичай, вони використовують метод середнього відсотка. При використанні даного методу ТЗВ підсумовують на субрахунку 289 «Транспортно – заготівельні витрати» [3].

Облік ТЗВ за допомогою методу середнього відсотка на підприємствах роздрібної торгівлі має свою особливість. Якщо в магазині товар обліковується не за купівельними, а за продажними цінами, то для розрахунку середнього відсотка ТЗВ і суми ТЗВ, які підлягають списанню, підприємство використовує продажну вартість товару, відображену на субрахунку 282 (вартість залишку товарів на початок місяця, вартість товарів, що надійшли за місяць, і вартість вибулих товарів).

Узагальнення інформації про доходи від реалізації товарів, готової продукції, робіт і послуг, про суму знижок, наданих покупцям, та про інші вирахування з доходу здійснюється на рахунку 70 «Доходи від реалізації». За кредитом рахунку відображається збільшення доходу, а за дебетом — належна сума податків, результат операцій перестрахування та списання у порядку закриття на рахунок 79 «Фінансові результати».

Для обліку витрат операційної діяльності підприємства торгівлі використовують наступні рахунки: 902 "Собівартість реалізованих товарів"; 92 "Адміністративні витрати"; 93 "Витрати на збут"; 94 "Інші витрати операційної діяльності". Не використовують на торговельних підприємствах рахунок 91 "Загальновиробничі витрати".

Витрати на придбання (заготівлю) товарів відображають на субрахунку 289 «Транспортно-заготівельні витрати».

Також, особливостями бухгалтерського обліку на підприємствах торговельної сфери є наступні [4]:

- у балансі торговельного підприємства залишок товарів відображають за собівартістю придбання (без суми торгової націнки) з урахуванням транспортно-заготівельних витрат, тому сальдо рахунку 28 «Товари» показують згорнутим;

- товар, прийнятий на комісію, залишається власністю комітента до його реалізації, тому облік такого товару ведуть окремо і його залишок на кінець звітного періоду в балансі торговельного підприємства не відображають;

- в галузі оптової та роздрібної торгівлі процес виробництва відсутній, але в ресторанному господарстві він досить специфічний, що зумовлює ряд особливостей в організації обліку цієї стадії кругообігу засобів торговельно -виробничого підприємства;

- інші витрати торговельної діяльності (витрати обігу) не включають до собівартості реалізованих товарів, а обліковують окремо як операційні витрати (витрати періоду) і списують безпосередньо на фінансові результати у періоді їх виникнення.

Торговельні підприємства сплачують специфічні податки і збори, серед них - збір за видачу дозволу на розміщення об'єктів торгівлі, що являє собою плату за оформлення і видачу дозволів на торгівлю у спеціально відведених для цього місцях. Збір за видачу дозволу на торгівлю стягується з юридичних та фізичних осіб, які реалізують сільськогосподарську, промислову продукцію й інші товари залежно від площі торговельного місця, його територіального розміщення, виду продукції.

У бухгалтерському обліку торговельного підприємства нарахування суми збору відображають за дебетом рахунку 92 "Адміністративні витрати" і кредитом рахунку 64 "Розрахунки за податками і платежами". Підприємства, що перейшли на спрощену систему оподаткування (єдиний податок) не повинні сплачувати зазначений збір.

Для забезпечення раціональної організації обліку товарів необхідно: встановити чітку систему документообігу і суворий порядок оформлення операцій з руху матеріальних цінностей; проводити в установленому порядку інвентаризації та вибіркові перевірки наявності товарів і вчасно відображати в бухгалтерському обліку їх результати; дотримуватись норм та правил організації зберігання товарно-матеріальних цінностей; застосовувати засоби механізації та автоматизації обліково-обчислювальних робіт з використанням програм складського обліку.

Отже, організований правильним чином бухгалтерський облік реалізації товарів має важливе значення для підвищення ефективності роботи підприємств, забезпечення своєчасних і повних розрахунків з бюджетом за податковими зобов'язаннями з податку на додану вартість. Бухгалтерський облік в торгівлі здійснюється згідно єдиних методологічних принципів, визначених Законом України «Про бухгалтерський облік і фінансову звітність в Україні», Положень (стандартів) бухгалтерського обліку, Плану рахунків бухгалтерського обліку, а також – законодавчих і нормативних актів з урахуванням специфіки діяльності торговельних підприємств.

Список використаних джерел:

1. Організація обліку в торгівлі: [Електронний ресурс]: – Режим доступу: <https://readbookz.net/book/3/162.html>
2. Особливості обліку в торгівлі: [Електронний ресурс]: – Режим доступу: https://tiphaman.top/book_oblik-v-galuzyah-ekonomiki-konspekt-lekcij_761/5_rozdil-3.-osoblivosti-obliku-v-torgivli
3. Особливості обліку товарів у роздрібній торгівлі: [Електронний ресурс]: – Режим доступу: <https://www.buh24.com.ua/osoblivosti-obliku-tovarov-u-rozdribniy-torgivli/>
4. Особливості торговельної діяльності та їх вплив на організацію обліку: [Електронний ресурс]: – Режим доступу: <https://studfiles.net/preview/5740434/>

Інвестиції та інновації в економіці

СУЧАСНИЙ СТАН ТА ПЕРСПЕКТИВИ РОЗВИТКУ ІНВЕСТИЦІЙНОЇ ДІЯЛЬНОСТІ В УКРАЇНІ

**БАТІЄВСЬКА О., 1 курс (ОС «бакалавр») ФОФЕД ЧТЕІ КНТЕУ
спеціальність «Фінанси, банківська справа та страхування»,
спеціалізація «Державні фінанси»
наук. кер. Верстак О. М.**

У статті розглянуто особливості інвестиційної діяльності в Україні. Проаналізовано сучасний стан інвестиційної діяльності країни. Окреслено основні ризики, з якими можна зіштовхнутися в процесі інвестиційної діяльності. Запропоновано напрями вдосконалення інвестиційної діяльності. Обґрунтовано необхідність пошуку нових сучасних підходів до створення сприятливого інвестиційного середовища в економіці України.

The article considers the peculiarities of development of investment activity in Ukraine. The current state of investment activity of the country is analyzed. The main risks that can be encountered in the process of investment activity are outlined. Areas of improvement of investment activity are offered. The necessity of finding new modern approaches to creation of favorable investment environment in the Ukrainian economy is substantiated.

Актуальність теми дослідження. Для ефективного функціонування економіки України важливим є підвищення інвестиційної активності інвесторів у країні, оскільки саме збільшення інвестиційних ресурсів допомагає підприємству та економіці все більше розвиватися й процвітати. Саме інвестиції формують одну зі складових, які визначають конкретні позиції країни на світовому ринку. Інвестиційна ситуація в Україні є нестабільною та характеризується відсутністю достатнього обсягу інвестицій, що спричинено несприятливим інвестиційним кліматом, тому актуальною проблемою залишається дослідження стану та перспективи розвитку інвестиційної діяльності.

Метою статті є аналіз інвестиційного середовища, виявлення основних факторів, які перешкоджають залученню прямих іноземних інвестицій в економіку країни, а також розробка рекомендацій щодо підвищення інвестиційної привабливості України.

Об'єкт дослідження - інвестиційний клімат в Україні.

Предмет дослідження - вплив інвестиційного клімату на інвестиційну діяльність в Україні.

Великий вклад у дослідження проблематики оцінки інвестиційної привабливості зробили науковці: І.О. Бланк, А.А. Брюховецька, М.С. Герасимчук, А.В. Матвійчук, Т. В. Ткаченко, Р. Харро, Чемберлін. Вони пропонують різні методи для вирішення цієї проблеми, починаючи з першої ланки виробництва – підприємства та закінчуючи державою. Проте, разом з тим комплексне дослідження інвестиційної сфери України потребує наукового дослідження.

Інвестиційна діяльність займає значне місце в розвитку та ефективному функціонуванні економіки, адже саме інвестиції забезпечують розширення підприємницької діяльності та освоєння нових галузей бізнесу й технологій. Від кількості капіталовкладень залежить розквіт власного виробництва підприємств та розвиток економіки загалом.

Відповідно до Закону України «Про інвестиційну діяльність» [1] інвестиції – це всі види майнових та інтелектуальних цінностей, що вкладаються в об'єкти підприємницької та інших видів діяльності, в результаті якої створюється прибуток (дохід) або досягається соціальний та екологічний ефект.

Ознайомившись з проаналізувавши теоретичні праці вітчизняних та іноземних авторів, можна стверджувати, що сукупність економічних, соціальних, політичних та соціально-культурних чинників і називають інвестиційним кліматом, і саме ці фактори створюють так званий міжнародний імідж держави, визначають її «привабливість» для інвесторів.

Економічна та політична ситуація, яка склалася сьогодні в Україні значно ускладнює інвестиційну діяльність і негативно впливає на поведінку як закордонних, так і вітчизняних інвесторів. Інвестиційний процес в Україні характеризується відсутністю стабільності та значною залежністю обсягів капітальних інвестицій від зовнішніх та внутрішніх факторів [6, с.63].

Стан залучення прямих іноземних інвестицій в Україні значно ускладнює інвестиційну діяльність, оскільки наявний обсяг вкладень не забезпечує передумов економічного зростання і навіть повноцінного відтворення їх наявного стану. На інвестиційну привабливість значно впливає не лише загальний стан економіки країни, а й умови ведення бізнесу, зокрема ступінь втручання держави та рівень корупції. За останні 10 років обсяг інвестицій із країн ЄС значно збільшився, щодо країн СНД, спостерігається значне скорочення обсягу прямих іноземних інвестицій. При цьому перспективи іноземної інвестиційної діяльності в Україні здебільшого визначаються обсягами та структурою вже накопиченого в країні іноземного капіталу [3, с.79]. Зміну інвестиційного клімату найбільш наочно демонструє динаміка інвестицій, особливо прямих іноземних інвестицій, яка вважається індикатором зміни рівня довіри та рейтингу країни. Економічна активність іноземних інвесторів в Україні незначна. На сьогоднішній день в Україні створено розвинене правове поле для інвестування. Законодавча база України передбачає необхідні гарантії діяльності для інвесторів. На території України по відношенню до іноземних інвесторів застосовується національний режим інвестиційної діяльності, тобто надано рівні умови діяльності з вітчизняними інвесторами. Іноземні інвестиції в Україні не підлягають націоналізації.

Для аналізу сучасного стану інвестиційної діяльності в Україні варто зосередитись на показниках, що її характеризують. Перш за все важливе місце відводиться такому показнику, як обсяг прямих іноземних інвестицій в економіку країни (рис. 1).

За даними рис. 1.1. можна зробити висновок, що протягом досліджуваного періоду обсяг прямих іноземних інвестицій значно скоротився, а саме на 24,3% (12,6 млрд дол США). Основними причинами такого зменшення інвестицій можна вважати нестабільність країни в економічній та політичній сферах, а також значна корупція та відсутність належних реформ. Найбільший обсяг прямих іноземних інвестицій зафіксовано у 2014 р., а саме 53,7 млрд дол США, що порівняно з 2013 роком більше на 2 млрд. доларів

США, тобто майже на 4%. Найбільшими інвесторами в Україну є такі країни, як Кіпр, Нідерланди, Німеччина, Австрія, Велика Британія, Франція. Станом на 2017 рік найвагоміші обсяги прямих іноземних інвестицій були спрямовані до установ та організацій, що здійснюють фінансову та страхову діяльність (26,1%), а також підприємства промисловості (27,3%).

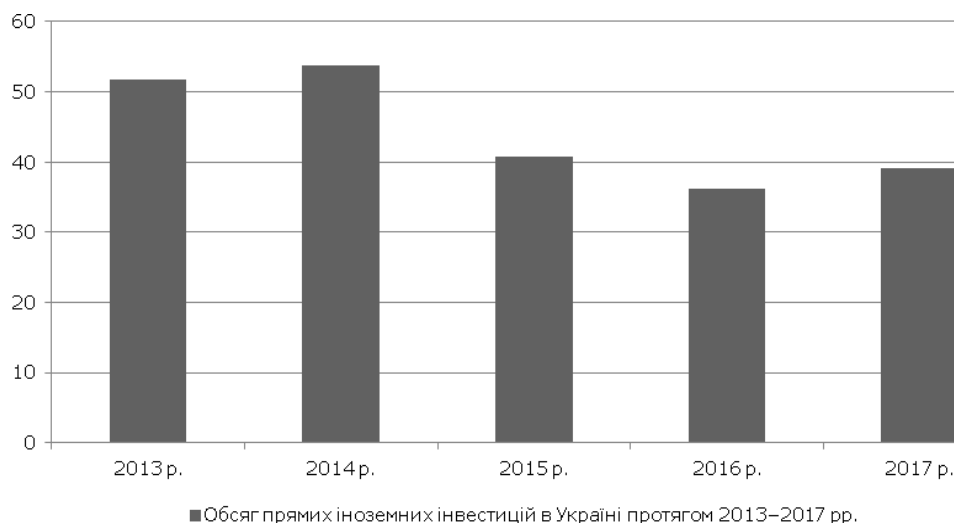


Рис. 1. Обсяг прямих іноземних інвестицій в Україні протягом 2013–2017 рр., млрд дол США

В Україні більшість інвестицій здійснюється в капітальній формі, тому це є свідченням перспективності напрямів їх вкладення. Об'єктами аналізу капітальних інвестицій можуть бути [5, с.30]:

1) виробнича (галузева) структура капітальних вкладень підприємства, яка характеризує перспективи його майбутньої галузевої диверсифікації;

2) технологічна структура капітальних вкладень, тобто співвідношення витрат на будівельно-вантажні роботи (пасивна частина капітальних вкладень) та придбання обладнання, машин, інструментів (активна частина);

3) відтворювальна структура капітальних вкладень; співвідношення вкладень в будівництво, розширення діючих потужностей, технологічне переозброєння та реконструкцію.

Головним джерелом фінансування капітальних інвестицій, як і раніше, залишаються власні кошти підприємств та організацій.

Отже, з одного боку Україна залишається привабливою для інвестицій, є досить інтегрованою у світове господарство, не перебуває осторонь світових процесів, проте порушення макростабільності на зовнішніх ринках має свій відголос в Україні.

Основними формами ризику, з якими може зіштовхнутися підприємство в процесі здійснення інвестиційної діяльності, є [4, с. 46]:

1) кредитний ризик, що полягає у загрозі наявності фінансових проблем у державного органу або організації, котра емітувала цінні папери, пов'язаних з неможливістю виплати відсотків або погашення самої позики;

2) реінвестиційний ризик, що передбачає ймовірність втрати частини інвестованих коштів в процесі реінвестування;

3) концентраційний ризик, тобто ймовірність втрати всього обсягу вкладених коштів в одну форму інвестицій;

4) ризик ліквідності, що полягає в неспроможності реалізувати власні інвестиції за бажаною ціною, що змушує утримувача цих інвестицій знизити їх ціну, що веде до втрати власного доходу;

5) інфляційний ризик, що пов'язаний з падінням купівельної спроможності грошей, що є прямим наслідком інфляції, тобто вартість інвестицій відмінна від наявного рівня інфляції.

Основними напрямками вдосконалення інвестиційної привабливості України для іноземних інвесторів повинні стати [5, с. 31]: послідовне зниження тиску на інвесторів та відсутність диверсифікованих джерел інвестицій, нерівномірність їх розподілу між регіонами; створення дієвих механізмів управління інвестиційною діяльністю; реструктуризація економіки, пріоритетне залучення інвестицій у галузі, що особливо потребують капіталовкладень; мотивація суб'єктів господарювання стосовно довгострокових вкладень; стимулювання реінвестування; вдосконалення інвестиційного законодавства та забезпечення його стабільності; забезпечення гарантій інвесторам.

Щодо можливих шляхів поліпшення інвестиційного клімату в Україні та активнішого залучення прямих іноземних інвестицій в пріоритетні сектори національної економіки, доцільною видається реалізація наступних заходів:

1. Вдосконалити нормативно-правову базу, яка б чітко визначала права інвесторів, давала можливість вкладати вільні кошти в підприємства України.

2. Створити освітні центри, які б навчали та інформували громадян України щодо інвестиційної діяльності.

3. Впровадити механізм участі індивідуальних інвесторів в операціях на фінансовому ринку

4. Розвиток державно-приватного партнерства в підтримці інвестиційної та інноваційної діяльності.
5. Забезпечити постійну взаємодію органів виконавчої влади і підприємців, покращення інформаційного супроводження реалізації інвестиційних проектів.
6. Розвиток програм довгострокового кредитування індивідуальних інвестицій.

Дотримання перелічених вище рекомендацій дозволить вивести інвестування в Україні на якісно новий етап розвитку, забезпечить вливання інвестицій в економіку країни, підвищить рівень конкурентоспроможності української економіки на міжнародній арені.

Отже, для залучення прямих іноземних інвестицій України потрібно підняти інвестиційну привабливість країни для потенційних інвесторів. Для цього треба здійснити певні кроки, які сприятимуть інвестиційного клімату. Одними з головних, на сьогодні, причин низької інвестиційної привабливості України є фінансова (валютна) та політична нестабільність, корупція та відсутність спрощених процедур узгодження та одержання дозвільної документації.

У результаті дослідження основних проблем та недоліків залучення іноземних інвестицій в Україні було виявлено, що головними недоліками залишаються недосконалість законодавчої бази щодо регулювання інвестиційної діяльності та несприятливий інвестиційний клімат практично за усіма його базовими складовими. Розглянуті проблеми інвестування в Україні потребують прийняття відповідних рішень та реальних кроків від органів центральної та регіональної державної влади, які мають бути націлені на досягнення паритету між короткостроковими інтересами окремих приватних іноземних інвесторів та одержанням довгострокових ефектів для національного господарства і населення України в цілому.

Список використаних джерел:

1. Про інвестиційну діяльність [Електронний ресурс]: Закон України від 18 вересня 1991 р. № 1560-XII. – Режим доступу: <http://zakon4.rada.gov.ua/laws/show/1560-12>.
2. Офіційний сайт Міністерства економічного розвитку та торгівлі України. Режим доступу: <http://www.me.gov.ua>.
3. Спільник І. Аналіз інвестиційної діяльності підприємства за даними фінансової звітності // Економічний аналіз. – 2015. – Вип. 2. – С. 78–85.
4. Ткаченко Т. В. Напрямки оптимізації інвестиційної діяльності підприємства / Шевчук Н. А., Гончарук І. М. // Агросвіт. – 2017. – № 7. – С. 46.
5. Очерedyк О. Л. Перспективи розвитку інвестиційної діяльності підприємств України // Вісник Донецького державного університету управління. – 2016. – № 4. – С. 29–31.
6. Суханова А. Г. Інвестиційна діяльність підприємств в Україні / Суханова А. Г. // Глобальні та національні проблеми економіки. – 2017. – № 17 – С. 63–65.

ВПРОВАДЖЕННЯ СВІТОВОГО ДОСВІДУ ДЛЯ ПОКРАЩЕННЯ ІНВЕСТИЦІЙНОГО КЛІМАТУ ДЕРЖАВИ

**ПОПОВА Е., 3 курс (ОС «бакалавр») ФОФЕД ЧТЕІ КНТЕУ
спеціальність «Фінанси, банківська справа та страхування»
наук. кер. Верстюк О.М.**

В статті проаналізовано сучасний стан інвестиційного ринку України. Впровадження, на український ринок, позитивних аспектів іноземного досвіду інвестиційної діяльності.

In the article the current state of the Ukrainian investment market is analyzed. Introduction to the Ukrainian market positive aspects of foreign investment experience.

На сучасному етапі розвитку економіки інвестиції відіграють істотну роль у розвитку багатьох країн, будучи, з одного боку, джерелом фінансування нових проектів, а з іншого боку, виступаючи каталізатором позитивних змін загальної економічної ситуації. Так, наприклад, інвестиції можуть бути джерелами технологічних змін в процесі виробництва. Крім цього, нові практики менеджменту, адміністрування, системи документообігу, широко використовувані і визнані ефективними, також можуть бути представлені і адаптовані в підприємствах як форми інвестицій. Тому залучення інвестицій є стратегічною метою розвитку будь-якої держави. Зарубіжний досвід стимулювання інвестиційної діяльності може послужити джерелом позитивних змін до інвестиційної сфери національної економіки.

Об'єктом дослідження є інвестиційний клімат в Україні. Предмет дослідження є вплив інвестиційного клімату на інвестиційну діяльність в нашій країні.

Метою статті є розгляд та аналіз актуальних питань інвестиційної політики, дослідження моделей інвестиційної політики на основі досвіду таких розвинених країн, як Великобританія, США, Німеччина, Японія та Франція.

Методологічна база роботи висвітлена у працях вітчизняних та іноземних науковців, дослідження аналізу досвіду зарубіжних країн щодо розвитку інвестиційної діяльності та міжнародного інвестування, зокрема: І.Бланка, Т.Майорової, П.Массе, О.Рогача, А.Пересади, В.Федоренка, А. Філіпенка.

Але незважаючи на попередні дослідження, питання стану та розвитку інноваційно-інвестиційної політики України залишається відкритим для нових дискусій. Адже, до цього часу в країні не існує стійкої законодавчої бази, яка б забезпечила сприятливий інвестиційний клімат і розвиток наукового потенціалу держави. Рівень економічного розвитку країни визначається широким колом оціночних показників. Серед них важливе місце посідають: обсяг інвестованих в економіку коштів, співвідношення між інвестиціями і величиною валового внутрішнього продукту, середня сума інвестицій у розрахунку на одного мешканця країни. Взаємне вкладення підприємницького капіталу і його певне переплетення між країнами створює передумови для інвестування в ті сфери виробничої та фінансової діяльності і сфери послуг, у яких сформовані найбільш сприятливі передумови.

Самоочевидною тенденцією в даний час є глобалізація всіх життєво важливих процесів. Національна економіка в умовах глобалізації виступає одним із суб'єктів глобального ринку. Інтеграція національної економіки в світову економіку відбувається на основі різних форм зовнішньоекономічної діяльності. На думку економіста Ш. -А. Мішале, така інтеграція здійснюється на багатосторонній основі і різних рівнях:

експорт-імпорт товарів, рух довгострокових капіталів, технології [2].

Міжнародний рух і переплетення капіталів, що розширюють міжнародне співробітництво і на сферу виробництва і структуру власності, є основою сучасної глобалізації поряд з торгівлею. Розвиток сучасної світової економіки визначається підвищенням інноваційної та інвестиційної активності на ринках, що розвиваються і відносно слабким економічним зростанням в розвинених країнах в умовах продовження процесі глобалізації в поєднанні з посиленням процесів регіональної інтеграції.

Останні в аспекті даного дослідження можна розглядати в двох площинах: - набір торгово-політичних зобов'язань, взаємних по лібералізації ринків капіталів;- створення більш однорідною інвестиційної середовища через гармонізацію законодавства.

Завжди простіше «інтегруватися» за допомогою гармонізації законодавства з огляду на пов'язаності інтеграції по другому типу з політичними і економічними ризиками. Також очевидно, що система глобальної регулювання інвестиційних процесів (так само як і її механізми) буде об'єктивно розвиватися незалежно від ступеня залученості в неї тієї чи іншої країни. І це факт, на який неможливо вплинути. Таким чином, можливості впливати на систему почнуть розширюватися для країни тільки за умови активного включення в неї. В процесі нівелювання адміністративних, правових, економічних і технічних перешкод більшість держав світу будуть активніше залучати свої кошти, які діють в глобальному господарстві, утворюючи в кінцевому підсумку єдине економічне ціле. Відповідно за рахунок накопичення кількісних змін в русі довгострокового капіталу на міжнародному рівні відбудеться перехід економіки в нову якість світової економічної системи.

Завдання інноваційної трансформації економіки і закріплення геополітичної ролі країни як одного з лідерів, передбачає активізацію участі України в глобальних і регіональних процесах на багатосторонній основі і різних рівнях, в тому числі і таких, як рух довгострокових капіталів.

Дотримуючись даної логіки, можна зробити висновок, що розвиток всіх форм зовнішньої економічної діяльності, в тому числі і міжнародного руху капіталу, в сучасних умовах набуває особливої значущості для України та її регіонів, забезпечує інтеграцію національної економіки до глобальної економіки.

Співвідношення і взаємозв'язок інновацій та інвестицій має важливе значення для вивчення особливо у міжнародному співтоваристві. Адже саме інвестиція є безпосереднім носієм інновації, отже, реалізація інноваційної політики в несприятливому інвестиційному кліматі практично неможлива. Саме коли в економіці є дефіцит ресурсів з ознаками несприятливого інвестиційного клімату особливо важливою є виважена стимулююча політика держави в інноваційній сфері. Без приватних інвестицій побудувати інноваційну економіку в будь-якій країні світу досить складно. Сучасна інвестиційна криза в Україні характеризується стійкою тенденцією зниження ефективності інвестицій в реальний сектор.

Таблиця 1

Індекс глобальної конкурентоспроможності України за 2014-2018рр.

Індекс глобальної конкурентоспроможності	2014-2015	2015-2016	2016-2017	2017-2018
	4,14	4,03	4,00	4,11
ОСНОВНІ ВИМОГИ	4,36	4,08	4,03	4,18
Інституції	2,98	3,07	3,05	3,21
Інфраструктура	4,16	4,07	3,93	3,95
Макроекономічне середовище	4,14	3,12	3,17	3,52
Охорона здоров'я та початкова освіта	6,14	6,06	5,95	6,02
ПІДСИЛЮВАЧІ ПРОДУКТИВНОСТІ	4,11	4,09	4,04	4,09
Вища освіта і професійна підготовка	4,93	5,03	5,08	5,09
Ефективність ринку товарів	3,99	4,02	3,98	4,04
Ефективність ринку праці	4,12	4,33	4,23	4,01
Розвиток фінансового ринку	3,54	3,18	2,95	3,11
Технологічна готовність	3,50	3,45	3,58	3,83
Розмір ринку	4,58	4,54	4,40	4,49
ІННОВАЦІЇ ТА ФАКТОРИ ВДОСКОНАЛЕННЯ	3,41	3,55	3,53	3,55
Відповідність бізнесу сучасним вимогам	3,66	3,70	3,62	3,72
Інновації	3,16	3,41	3,44	3,37

Джерело створено за даними Всесвітніх економічних форумів 2014-2018рр.[5]

Україна останнім часом регресує за більшістю показників Індексу глобальної конкурентоспроможності. Це пояснюється невирішеними внутрішніми та зовнішніми проблемами, до яких, зокрема, належить збіг об'єктивних обставин: світова фінансова криза, політична криза органів влади. Основними механізмами підвищення конкурентних переваг країни є здійснення внутрішніх реформ (освітньої, медичної, пенсійної, земельної, судової; запланована приватизація державних підприємств тощо) та трансформація векторів зовнішньоекономічної політики. Запорукою високої конкурентоспроможності України на міжнародному рівні є підвищення ефективності та продуктивності багатогалузевої національної економіки, яка повинна спиратися на потужну технологічну, наукову та інвестиційну базу. Стратегічним завданням для України на сучасному етапі має бути визначений пріоритетний розвиток науки, високих технологій та активна інноваційна та інвестиційна політика.

Найбільш цікавим та доцільними для розгляду в питаннях здійснення інвестиційної політики представляється досвід Великобританії, США, Німеччини, Японії та Франції. Це п'ять країн, економічні

стратегії розвитку яких, могли б у майбутньому послужити наочним прикладом для національної економіки (табл. 1) [3].

Таблиця 2

Моделі інвестиційної політики розвинених країн

Країна	Характерні риси моделі
Великобританія	Модель спрямована, в першу чергу, на захист прав власників капіталу і на забезпечення найбільш безперешкодного та швидкого накоплення капіталу в інтересах власників капіталу.
Німеччина	Модель інвестиційної політики характеризується творчою спрямованістю по відношенню до внутрішніх фінансових інститутів, жорстке прогресивне оподаткування.
США	Модель інвестиційної політики більшою мірою орієнтована на реалізацію принципів економічної свободи та економічного лібералізму, ніж на серйозне пряме втручання в економічний процес.
Японія	Модель інвестиційної політики робить акцент на державному фінансуванні проєктів, будується на активному партнерстві між державою і приватними інвесторами.
Франція	Модель має особливість чітке розмежування між прямими та іншими іноземними капіталовкладеннями, застосовується більш пільгове регулювання у відносинах останніх.

Джерело створено автором на основі : [4].

Англійська інвестиційна модель спрямована, в першу чергу, на захист прав власників капіталу і на забезпечення найбільш безперешкодного та швидкого накоплення капіталу в інтересах власників капіталу і, в кінцевому рахунку, на розвиток виробництва і зростання споживання. Дуже важливе значення в регулюванні інвестиційної діяльності Великобританії займають інвестиційні компанії - трасти, правовою основою існування яких є обмежена відповідальність, а основною метою виступає ефективне об'єднання дрібних інвестицій у великі [4].

У Німеччині в регулюванні інвестиційної діяльності, також як і в Великобританії, особливе місце відводиться інвестиційним компаніям, діяльність яких регулюється відповідним законодавством. За німецькими законами інвестиційні компанії є кредитними установами, і на них поширюються всі законодавчі норми, що відносяться до кредитних установ. Зазначена схема організації колективних інвестицій в Німеччині досить схожа на схему функціонування трасту у Великобританії. Основна відмінність між ними - вимога німецького закону в тому, щоб керуюча компанія в обов'язковому порядку була кредитною організацією та підпадала б під сферу дії банківського регулювання і контролю. В цілому, характеризуючи німецьку модель інвестиційного процесу, хотілося б відзначити його творчу спрямованість по відношенню до внутрішніх фінансових інститутів [1].

Інвестиційний клімат США є досить яскравим та привабливим. Сьогодні ця країна знаходиться на першому місці за обсягами залучення іноземного капіталу в економіку своєї країни. Це пояснюється тим, що Уряд США добре усвідомлюючи важливість іноземних інвестицій для окремих штатів своєї країни в цілях розвитку економіки всього господарства, поклав на регіональні органи влади не менше обов'язків в частині стимулювання надходження інвестицій в країну, ніж на державну владу в цілому. Функціонування іноземного капіталу в економіці США здатне надавати помітний вплив не тільки на промисловість, торгівлю і інфляційні процеси, а й національну безпеку держави в цілому. Штатам і місцевим органам влади надана виняткова самостійність не тільки за економічний розвиток «своєї» території, а й у підтримці власного бізнесу, а також експорту товарів і послуг; залучення іноземного підприємницького капіталу і відповідно контролю за іноземним інвестором; заохочення зростання власного господарства і проведення стимулюючих акцій в області фіскальної політики та інших. Американська модель інвестиційної політики більшою мірою орієнтована на реалізацію принципів економічної свободи та економічного лібералізму, ніж на серйозне пряме втручання в економічний процес, яке традиційно розглядається як їх неприпустиме обмеження. Ключова роль в державній інвестиційній політиці відводиться податковим інструментам. А в цілому, прагнення американського уряду залучити до міжнародної економічної сфери якомога більш широкого кола учасників, максимально розширити експортний потенціал країни і стало відображенням основного змісту діяльності зовнішньоекономічних інститутів, як на федеральному, так і місцевому рівнях в США. Узгодженість і загальна спрямованість дій цих інститутів стали головною складовою успіху цієї країни на світовому ринку сьогодні.

Японська модель інвестиційної політики характеризується тим що акцент поставлений на реалізацію державної політики фінансування проєктів. Японська модель будується на активному партнерстві між державою і приватними інвесторами. Держава використовує контроль банківської сфери і самостійно мобілізує заощадження населення, надаючи ці кошти на пільгових умовах корпораціям в обмін на співпрацю і неухильне дотримання прийнятих на себе зобов'язань. Інвестиції в інфраструктуру прямо координуються з потребами конкретних приватних фірм. Роль координатора беруть на себе організовані державою консультативні ради. Необхідною умовою реалізації моделі є сильний приватний сектор і сильна держава з ефективним апаратом. Роль урядових інстанцій тут настільки велика, що якщо виникає потреба в посиленні масштабів виробництва, певна галузь в законодавчому порядку переводиться в режим, що дозволяє адміністративну координацію капіталовкладень на певний строк. Режим може бути скасований після закінчення встановленого терміну, отже, носить характер політики капіталоутворюючих інвестицій. Перевагою моделі є можливість мобілізації істотних коштів на ефективні інвестиції [3].

У Франції, єдиний спеціальний закон, що регулює іноземні інвестиції, теж відсутній. Незважаючи на це, в країні діє система «попереднього повідомлення влади про наміри продовження термінів апробації», який поширюється головним чином на інвесторів з країн, які не є членами Європейського союзу, у разі участі їх в діяльності французької компанії. В законодавстві Франції також існує чітке розмежування між прямими та іншими іноземними капіталовкладеннями, що пояснюється застосуванням більш пільгового регулювання у

відносинах останніх. Причиною цьому є те, що незважаючи на значне спрощення процедури регулювання іноземних інвестицій у Франції для більшості операцій, пов'язаних із здійсненням прямих інвестицій на її території, як і раніше потрібно попереднє повідомлення про наміри або попередній дозвіл. В цілому, незважаючи на сувору систему регулювання прямого інвестування у Франції, загальні процеси капіталовкладень іноземних інвесторів і переказ прибутків із Франції здійснюється без будь-яких обмежень.

Основними методами регулювання інвестиційної діяльності в таких країнах, як Великобританія, Німеччина, Японія і Франція виступають: регулювання (підтримка або обмеження) загального обсягу капіталовкладень (це головний метод управління інвестиційним процесом, який здійснюється через політику позичкового відсотка, грошову, податкову і амортизаційну політики); вибіркове стимулювання капіталовкладень в певні підприємства, галузі та сфери діяльності через кредитні та податкові пільги, наприклад, за допомогою інвестиційного кредиту; пряме адміністративне втручання в інвестиційний процес з метою введення або виведення певних виробничих потужностей шляхом узгодження планів і дій найбільших корпорацій.

Ефективна інвестиційна політика є запорукою покращення інвестиційного клімату країни та інвестиційної привабливості її регіонів та, як наслідок, стимулювання інвестиційної активності, підвищення іміджу України як інвестиційно привабливої держави з високим рівнем прибутковості інвестицій.

Аналізуючи всі вищезазначені моделі можна виділити ті аспекти які потрібно запозичити для формування ефективної української інвестиційної моделі, до прикладу:

1) У Великобританії Україна може перейняти досвід ефективності пільгової політики для інвесторів. Для стимулювання іноземного інвестування в Україні можуть встановлюватися пільги та гарантії майнових прав та інтересів інвесторів. Пільгами можуть бути: звільнення від обкладання митом майна, що ввозиться в Україну як внесок іноземного інвестора до статутного фонду підприємства; скасування процедури ліцензування і квотування за умови сертифікації продукції як продукції власного виробництва.

Для окремих суб'єктів підприємницької діяльності, що здійснюють інвестиційні проекти із залученням іноземних інвестицій, які спрямовані на реалізацію державних програм розвитку пріоритетних галузей економіки, може встановлюватися пільговий інвестиційний режим.

2) У Німеччині запозичити систему попереднього повідомлення влади. Все це дозволило б нашій державі найуспішніше влитися в систему світового господарства і зайняти своє місце серед експортно-імпортного обороту в світі, розширити можливості реалізації інноваційних проектів, розширити сфери інноваційної партнерської діяльності [4].

3) У США Україна могла б запозичити сувору налагоджену систему контролю інвестиційної діяльності;

4) У Японії - розбірливість в потенційних інвесторах та їх можливостях.

5) У Франції Україна може запозичити політику зниження ризику вкладених в інвестиційні фонди грошових коштів. Кожний інвестор вкладаючи кошти задумується про ризи. Першим, що його цікавить – час, за який ці кошти будуть повернені, і чи взагалі він зможе їх повернути. Українські спеціалісти могли б розробити проекти капіталовкладень для іноземних інвесторів, при цьому розрахувавши рівень ризикового капіталовкладення та строки повернення ресурсів, і відобразити позивну сторону інвестування, на прикладі темпів розвитку даного проекту та частку доходу інвестора. Та зменшити рівень ризику надаючи гарантії повернення коштів.

Отже, для забезпечення сприятливого інвестиційного клімату, як для іноземних, так і для вітчизняних інвесторів, необхідно при розробці законів максимально враховувати досвід інших країн, рекомендації та вимоги міжнародних організацій, що регулюють залучення іноземних інвестицій. У зв'язку з цим, головним завданням державної інвестиційної політики України є створення сприятливого середовища для розширення позабюджетних джерел фінансування капітальних вкладень і залучення приватних вітчизняних та іноземних інвестицій на основі подальшого вдосконалення нормативно-законодавчої бази та державної підтримки ефективних інвестиційних проектів.

Список використаних джерел:

1. Билкова Е.А. Деякі аспекти державного управління прямими іноземними інвестиціями в Німеччині // Сучасне управління. - 2007. - №6
2. Зубченко Л.А. Сучасні теорії зовнішньоекономічних відносин / під ред. Зубченко Л.А. М. 2009.
3. Кирич А. В. Регулювання іноземних інвестицій в економічно розвинених країнах: [навч. посібник] / Кирич А.В., Бакатин Д.В., Хорошилова А.В. - М. 2013.
4. Мальков Е.Д. Особливості регулювання іноземних інвестицій в окремих зарубіжних країнах // Перспектива, 2012. - № 3. - С.39 - 41.
5. The Global Competitiveness Report / World Economic Forum. [Електронний ресурс] /– Режим доступу : <http://www.weforum.org>.

СТАН ІНВЕСТИЦІЙНОГО РИНКУ УКРАЇНИ

**РУДЬКО А., 3 курс (ОС «бакалавр») ФОФЕД ЧТЕІ КНТЕУ
спеціальність «Фінанси, банківська справа та страхування»,
спеціалізація «Державні фінанси»
наук. кер. Верстюк О.М.**

В статті досліджено проблеми функціонування інвестиційного ринку України. Проаналізовано сучасний стан ринку інвестицій в Україні. Запропоновано основні напрями розвитку інвестиційного ринку України.

In the article deals with the problems of functioning of the Ukrainian investment market. The current state of the investment market in Ukraine is analyzed. The main directions of development of the investment market of Ukraine are offered.

На сучасному етапі для України важливе значення має пошук шляхів залучення інвестицій в розвиток всіх галузей економіки. Функціонування господарського комплексу країни неможливе без інвестицій, які забезпечують безперервність відтворення, розробку та реалізацію виробничих і соціальних програм,

дозволяють збільшити обсяги та підвищити ефективність виробництва. Активізація розвитку інвестиційного ринку і покращення інвестиційного клімату сприятиме залученню інвестицій та зростанню вітчизняної економіки. Усе це обумовлює актуальність дослідження.

Об'єктом дослідження є інвестиційний ринок в Україні на сучасному етапі.

Предметом дослідження є інвестиційна діяльність, сучасні інвестиційні інструменти, інвестиційна інфраструктура та механізми регулювання інвестиційних процесів, що впливають на стан і розвиток інвестиційного ринку України.

Метою статті є дослідження сучасного стану інвестиційного ринку України, виявлення проблем та розробка заходів щодо підвищення ефективності інвестиційного ринку.

Питанням дослідження ринку інвестицій займалися такі провідні науковці, як І. Бондарчук, О. Васильєв, А. Гальчинський, А. Загородній, Л. Ігоніна, І. Карпунь, Л. Кльоба, З. Куньч, В. Полтерович, А. Рамський, С. Халатур, І. Шкодін та ін.

З прискоренням інвестиційних процесів в Україні та її регіонах актуалізується розуміння сутності та принципів функціонування інвестиційного ринку. У науковій літературі пропонують різні підходи до визначення сутності інвестиційного ринку.

С.Р. Москвін вважає, що: "Інвестиційний ринок — це сукупність економічних та правових відносин, що складаються між інвесторами та/або учасниками інвестиційної діяльності щодо інвестиційних активів (корпоративних прав, фінансових інструментів, основних засобів, нематеріальних активів)" [3].

На думку Т.В. Майорова «інвестиційний ринок — це сукупність економічних відносин, які складаються між продавцями та споживачами інвестиційних товарів та послуг, а також об'єктів інвестування в усіх його формах» [2].

Є.А. Поліщук стверджує, що: "Інвестиційний ринок — це середовище, де виникають суспільно-економічні відносини між суб'єктами господарювання з приводу купівлі та продажу інвестиційних товарів і надання інвестиційних послуг за встановленими цінами в усіх формах інвестування" [4].

Інвестиційний ринок — це система, що включає [6]:

- 1) суб'єкти (держава, юридичні та фізичні особи України, юридичні та фізичні особи інших країн);
- 2) об'єкти (цінні папери, валюта, освіта, наука, патенти, основні фонди);
- 3) інфраструктуру ринку (інформаційні структури, банківські та небанківські установи, відповідні органи державної влади);
- 4) ринкові механізми (ціноутворення, конкуренції, нагромадження, перерозподілу фінансових ресурсів та ін.);
- 5) контроль із боку держави над дією ринкового механізму (державні норми та стандарти, ліцензування, антимонопольні заходи, система податків, державна експертиза тощо).

Інвестиційний ринок відіграє велику роль в економіці держави, а саме:

- визначає найбільш ефективні напрями використання капіталу в інвестиційній сфері;
- активно мобілізує тимчасово вільний капітал з різноманітних джерел;
- прискорює обіг капіталу, що сприяє активізації економічних процесів.

Активно сприяти розвитку інвестиційної діяльності повинна держава. Для цього потрібно дотримуватися активної позиції щодо залучення інвестицій; підтримувати на державному рівні програми та проекти зарубіжних та вітчизняних інвесторів; створювати сприятливий інвестиційний клімат; забезпечувати прозорість, відносини між державою та інвестором; розвивати інвестиційний ринок.

На сьогоднішній день інвестиційні можливості України серйозно обмежені. До такої ситуації призвела фінансово-економічна криза у 2008-2009 рр. та військова агресія Російської Федерації проти України кількома роками потому. Це суттєво погіршило очікування інвесторів стосовно подальших перспектив інвестування та фізичної безпеки активів у країні і внесли свої корективи, спричинивши скорочення надходжень коштів та навіть вибуття капіталів у певні періоди. Дослідивши стан інвестиційного ринку України за останні декілька років, можна визначити такі проблеми його функціонування:

- нестабільна політична ситуація в країні;
- високий рівень корупції;
- високий рівень інфляції;
- високий рівень податків та мита;
- недовіра до банківської системи;
- недовіра до судової системи.

Проаналізувавши стан інвестиційного ринку України, слід зазначити, що до 2009 року приплив іноземного капіталу в економіку мав позитивну динаміку. У 2009 році інвестиційний ринок України характеризувався різким падінням, в основі якого лежить відтік іноземних інвестицій портфельних інвесторів, а також кредитних ресурсів. У 2010 році продовжується падіння припливу іноземних інвестицій в економіку України. Вже у 2011 році відбулося найбільше вкладення іноземних інвестицій, коли вливання в економіку склали більш ніж 6 млрд доларів. Значне падіння кількості іноземних вкладень відбулося в 2014 році, коли почалася війна на сході України і політична ситуація в країні була вкрай нестабільною. Тоді в економіку України надійшло лише 2,5 млрд доларів, що на 55,1 % менше, у порівнянні з 2013 роком. Однак вже у 2015 році, в Україну повірили більше і обсяг інвестицій склав 3,8 млрд доларів, що на 53,5 % більше, ніж у 2014 році. Ще трішки приплив іноземних вкладень зріс на 17,1 % у 2016 році — 4,4 млрд доларів. Нажаль, обсяг інвестицій у 2017 році сильно впав порівняно з 2016 роком — на 57,5%, до 1,8 млрд доларів [5].

У 2017 році найбільше грошей в Україну вклав Кіпр. На цю країну припало 27% всіх інвестицій або 506 млн доларів. Трохи менше вклала Росія — 395,9 млн доларів, Нідерланди — 262,5 млн доларів, Велика Британія — 211,7 млн доларів, а Німеччина — 119,3 млн доларів [1].

Найактивніше у 2017 році іноземні інвестори вкладали у фінансову та страхову діяльність — 647,5 млн,

а також в українську промисловість – 523,4 млн, в оптову та роздрібну торгівлю, ремонт автотранспорту – 178,4 млн, в операції з нерухомістю – 117,9 млн [1].

Розвитку інвестиційного ринку в Україні повинна сприяти надійна та ефективна система його правового регулювання, яка гарантує впевненість учасникам ринку. Ця впевненість ґрунтується на поліпшенні якості послуг учасникам інвестиційного ринку, стимулюванні конкуренції між ними, впровадженні надійних правил для забезпечення справедливості та прозорості, що буде сприяти підвищенню міри відкритості ринків і довіри інвесторів.

Однак, не дивлячись на негативні фактори, що стримують інвестиційні процеси та формують високий інвестиційний ризик, Україна все таки залишається інвестиційно-привабливим регіоном. Передумовами для цього є: вигідне географічне положення, природно-ресурсний потенціал, рівень розвитку промислового виробництва, висококваліфікована та конкурентоспроможна робоча сила.

Таким чином, основними напрямками для розвитку ринку інвестицій та інвестиційного клімату України є:

- формування позитивного інвестиційного іміджу через незмінність та прозорість законодавства і гарантування захисту інтересів і позитивних довгострокових очікувань;
- зменшення бюрократичних перешкод і подолання корупції;
- сприяння розвитку інвестиційної інфраструктури;
- залучати іноземних партнерів до впровадження інвестиційних проектів, які спрямовані на освоєння нових технологій або випуск нової продукції;
- належна підготовка інвестиційних проектів і програм;
- розробка та впровадження сучасних інвестиційних інструментів для розвитку інвестиційного ринку;
- поліпшення інформаційного забезпечення інвесторів про потенційні можливості інвестування.

Отже, варто зазначити, що Україна є недостатньо привабливою на міжнародному ринку інвестицій. Їй притаманні суттєві прогалини в розвитку економіки та інвестиційного ринку. Враховуючи потенційно сильні та слабкі сторони інвестиційної діяльності, вважаємо, що на рівні держави треба провести комплекс заходів щодо стимулювання інвестиційних процесів в економіку України. Зокрема в рамках поліпшення макроекономічної та політичної ситуації, удосконалення законодавчої бази. Тому саме держава у розрізі своєї макроекономічної політики має створити належні умови для формування сприятливого інвестиційного клімату та активізації розвитку інвестиційного ринку як для вітчизняних, так і для іноземних інвесторів.

Список використаних джерел:

1. Іноземні інвестиції в Україні: скільки за 7 років вклали в економіку [Електронний ресурс]. – Режим доступу : <https://www.slovovidlo.ua/2018/03/09/infografika/ekonomika/inozemni-investyciji-ukrayini-skilky-7-rokiv-vklaly-ekonomiku>
2. Майорова Т.В. Інвестиційна діяльність: підруч. для студ. вищ. навч. зал. / Т.В. Майорова. — К.: Центр учбової літератури, 2009. — 472 с.
3. Москвін С.Р. Інвестиційний ринок України: передумови та проблеми формування у контексті світової фінансової кризи / С.Р. Москвін // Фінансовий ринок України. — 2009. — № 3. — С. 8—13.
4. Поліщук Є.А. Інвестиційний ринок як сфера діяльності суб'єктів господарювання / Є.А. Поліщук // Формування ринкової економіки: зб. наук. праць. — Вип. №25. — К.: КНЕУ, 2011. — С. 406—415.
5. Скільки іноземних інвестицій надійшло в Україну в 2010-2018 роках [Електронний ресурс]. – Режим доступу : <https://www.slovovidlo.ua/2018/08/31/infografika/ekonomika/skilky-inozemnykh-investycij-nadijshlo-ukrayinu-2010-2018-rokax>
6. Халатур С.М. Особливості механізму функціонування інвестиційного ринку в Україні / С.М. Халатур // Вісник Полтавської державної аграрної академії. — 2013. — № 4. — С. 121—124.

СУЧАСНИЙ СТАН ТА ТЕНДЕНЦІЇ РОЗВИТКУ ІНОЗЕМНИХ ІНВЕСТИЦІЙ В УКРАЇНІ

**СТЕЛЬМАХ Я., 3 курс (ОС «бакалавр») ФОФЕД ЧТЕІ КНТЕУ
спеціальність «Фінанси, банківська справа та страхування»,
спеціалізація «Державні фінанси»
наук. кер. Верстак О. М.**

У статті проведено дослідження стану та рівня залучення іноземних інвестицій в економіку України. Визначено, що Україна має значний природний потенціал, кваліфіковану робочу силу, має значний науково-технічний потенціал, наявну інфраструктуру, потужну виробничу базу, величезний внутрішній ринок збуту продукції та успішну інтеграцію у світовий фінансовий та товарний ринок, і потенційно може бути однією з провідних країн за залученням інвестицій. Обґрунтовано необхідність пошуку нових сучасних підходів до створення сприятливого інвестиційного середовища в економіці України.

In the article research of the state and level of bringing in of foreign investments is conducted in the economy of Ukraine. Certainly, that Ukraine has a considerable self-potential, skilled labour force, has considerable scientific and technical potential, present infrastructure, powerful production base, enormous internal market of sale of products and successful integration in a world financial and commodity market, and potentially can be one of leading countries after bringing in of investments. Grounded a necessity of search of the new modern going is near creation of favourable investment environment in the economy of Ukraine.

У сучасних умовах господарювання інвестиції є найважливішим засобом забезпечення умов становлення економіки країни і значно впливають на всі галузі господарської діяльності. Визначальною передумовою розвитку національної економіки в Україні є іноземні інвестиції, а також вони виступають важливим індикатором умов підприємницької діяльності в країні. Саме тому, питання іноземного інвестування в Україні є актуальним.

Об'єктом дослідження є іноземне інвестування в Україні .

Предметом дослідження є сучасний стан та розвиток іноземного інвестування в Україні .

Метою даної статті є аналіз та обґрунтування важливості залучення іноземних інвестицій в Україну в сучасних умовах, визначенні існуючих проблем залучення іноземного капіталу в національну економіку та розробці пропозицій щодо напрямів покращання інвестиційного клімату держави.

Значну увагу дослідженням проблем залучення іноземних інвестицій в національну економіку приділяли такі вчені, як М. Д. Лесечко, А. О. Черемис, аналізували особливості інвестиційного клімату в Україні та його вплив на інвестиційні процеси. Вплив інвестицій на інноваційні процеси в країні розглядався в наукових працях О. Д. Данілова, А. С. Музиченка, Г. М. Филюк та інших. Причини низького

рівня інвестиційної активності досліджували В. М. Герзанич, В. В. Козик.

Інвестиціями є всі види майнових й інтелектуальних цінностей, що вкладаються в об'єкти підприємницької й інших видів діяльності, в результаті якої утворюється прибуток або досягається соціальний ефект. Такими цінностями можуть бути:

- кошти, цільові банківські вклади, паї, акції та інші цінні папери (крім векселів);
- рухоме та нерухоме майно (будинки, споруди, устаткування та інші матеріальні цінності);
- майнові права інтелектуальної власності;
- сукупність технічних, технологічних, комерційних та інших знань, оформлених у вигляді технічної документації, навиків та виробничого досвіду, необхідних для організації того чи іншого виду виробництва, але не запатентованих («ноу-хау»);
- права користування землею, водою, ресурсами, будинками, спорудами, обладнанням, а також інші майнові права [1, с. 22-23].

На сучасному етапі інвестиції відіграють одну з ключових ролей у створенні сприятливих умов для розвитку української економіки. Вони є осередком економіки, рушійною силою національного виробництва. Проте внутрішніх запасів України не вистачає для задоволення фінансами національного господарства у належному обсязі. Тому при такому положенні гостро постає проблема залучення іноземних інвестицій.

Щодо визначення самого терміну, то іноземні інвестиції відповідно до Закону України «Про режим іноземного інвестування» трактують як «всі види цінностей, що вкладаються іноземними інвесторами в об'єкти підприємницької та іншої діяльності з метою отримання прибутку чи досягнення соціального ефекту. Іноземні інвестиції можуть здійснюватись у вигляді валютних або майнових цінностей, акцій, облігацій та інших цінних паперів, прав інтелектуальної власності»[2].

Іноземні інвестори, згідно з чинним законодавством, можуть інвестувати економіку України лише за допомогою таких форм:

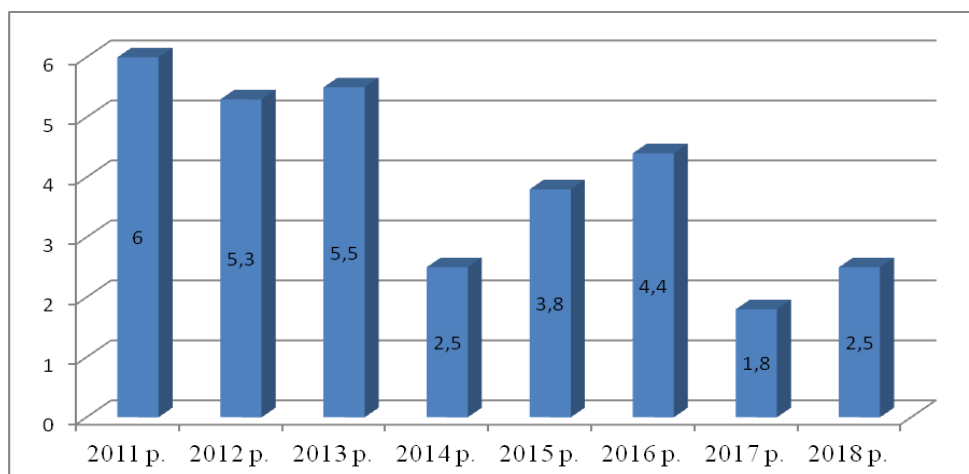
- купівля частки діючого підприємства;
- створення нових підприємств чи філій, що будуть повністю належати іноземному інвестору; повне придбання діючого підприємства іноземним інвестором;
- купівля рухомого чи нерухомого майна (за допомогою прямого одержання майна та майнових комплексів у вигляді цінних паперів);
- за допомогою дозволу на користування українською землею та її ресурсами;
- за допомогою договору з суб'єктами українського підприємства;
- форми, які не заборонені законодавством України;
- міжфірмові злиття та поглинання;
- стратегічне партнерство в наукомістких галузях (між декількома фірмами укладається контракт для реалізації певних узгоджених цілей).

Надходження іноземних інвестицій поліпшує стан та ефективність національного господарства, сприяє залученню інноваційних технологій, поліпшенню якості продуктів харчування вітчизняного виробництва, насиченості внутрішнього ринку високоякісними товарами, створенню нових робочих місць, нарощуванню експортного потенціалу, використанню ресурсів, налагодженню економічних зв'язків між господарюючими суб'єктами тощо.

Україна має значний інвестиційний потенціал, зокрема: володіє багатими природними ресурсами; має вигідне географічне положення; сприятливий клімат, родючі ґрунти для ведення сільськогосподарського виробництва; розвинену транспортну інфраструктуру. Також привабливість української економіки для іноземних інвесторів пов'язана з наявністю відносно дешевої кваліфікованої робочої сили. Сукупність вищеперелічених факторів є результатом того, що іноземні інвестори хочуть вкладати і вкладають в Україну гроші. Підтвердженням цього є наведені дані на рис. 1.

Рисунок 1

Прямі іноземні інвестиції (акціонерний капітал), млрд.дол.США



Джерело: сформовано авторами за даними [3].

За даними сайту Державної служби статистики України за останні дев'ять років пік вкладення в Україну

іноземних інвестицій припав на 2011 рік, коли вливання в економіку склали 6 млрд доларів. Протягом останніх років розмір інвестицій в Україну не наблизився до цієї позначки.

Логічне падіння кількості іноземних вкладень відбулося в 2014 році, коли почалася війна на Донбасі, а політична ситуація в країні була вкрай нестабільною. Тоді в економіку України надійшло лише 2,5 млрд доларів – на 55% менше, ніж у 2013 році. Однак уже наступного року в нашу країну «повірили», обсяг інвестицій склав 3,8 млрд доларів – удвічі більше, ніж роком раніше. Трохи зріс ще приплив іноземних вкладень у 2016 році, проте відбулося серйозне падіння у 2017 році. За 2018 рік приплив іноземних інвестицій в Україну склав 2,5 млрд доларів, що на 8% більше ніж у 2017 році.

Прямі інвестиції розподіляються вкрай нерівномірно між регіонами. До інвестиційно привабливих регіонів України слід віднести такі: Дніпропетровська, Харківська, Київська, Львівська, Одеська, Запорізька та м.Київ – до них здійснюється найбільше надходження прямих іноземних інвестицій, оскільки вони являються найбільш економічно розвинутими і найбільш привабливими для іноземних інвесторів. Таке спрямування прямих іноземних інвестицій та інвестицій в основний капітал у регіональному розрізі не сприяє рівномірному соціально-економічному розвитку регіонів та посилює подальше збільшення розриву у їх розвитку.

Як бачимо за даними таб. 1, Росія, як це не здається дивним, вклала в економіку України більше за всіх коштів, у 2018 році її інвестиції склали 34,6% від усього обсягу. Вкладають кошти також Кіпр, Нідерланди, Польща, Латвія, Британські Віргінські Острови.

Таблиця 1

Прямі інвестиції (акціонерний капітал) з України в економіці країн світу (2011-2018), млн. грн.

	Обсяги на 1 січня							
	2011	2012	2013	2014	2015	2016	2017	2018
Латвія	87,9	80,4	95,5	98,6	85,0	69,8	68,4	60,9
Республіка Молдова	15,2	16,7	16,9	16,9	10,7	7,8	7,1	6,8
Нідерланди	*	0,1	13,5	14,2	12,5	11,2	10,7	12,3
Польща	47,0	46,3	52,3	56,4	53,4	50,2	48,7	6,7
Російська Федерація	190,3	236,6	292,6	377,9	196,4	122,8	144,1	150,3
Грузія	31,1	32,3	33,0	41,1	37,6	1,4	1,7	1,6
Кіпр	5 900	5 900	5 918	5 925	5 926	5 924	5 931	5 933
Віргінські Острови	25,8	25,8	25,8	25,8	25,8	51,3	57,6	61,0

Джерело: сформовано авторами за даними [3].

На сьогоднішній день ситуація в нашій державі, могла б мати і кращі показники. Але є ряд причин, які перешкоджають потокам іноземних інвестицій. Серед головних проблем залучення іноземного капіталу в економіку можна виділити такі:

- нестабільне законодавство і корупція, які сприяють формуванню несприятливого інвестиційного клімату. Інвестора не дуже зацікавить та країна, де політична ситуація змінюється, майже кожен день. Невідомо яку політику запровадить нова влада, а нестійка економіка України відповідно не завжди може запропонувати такі швидкі і високі прибутки, щоб ризикувати капіталом; корупція підриває економічні основи держави, блокує надходження іноземних інвестицій, внаслідок чого інвестори хвилюються за свої вкладення;

- високий податковий тиск на капітал підприємств;
- відсутня дієва система страхування іноземних інвестицій;
- невисокий рівень національного інвестиційного менеджменту (державна має сформувати визначений комплекс керування інвестиціями);

- низький розвиток вітчизняної інвестиційної інфраструктури, низька ефективність функціонування національного фондового ринку та ін.[4, с.95].

В рейтингу інвестиційної привабливості країн світу International Business Compass за 2018 рік, Україна зайняла 131 місце з 174 можливих[5]. Рівень інвестиційної привабливості держави визначає кількість зацікавлених іноземних інвесторів. Інвестування в об'єкти господарювання країни є одним із найефективніших способів розвитку, економічної, соціальної, екологічної та інших сфер. Сучасний стан економіки України переживає складні часи, в наслідок чого виникає актуальність питання щодо інвестиційної привабливості держави.

Для активізації іноземних інвестицій в Україну потрібна:

- стабільність правового середовища;
- стабільна фінансова система (припинення воєнних дій на Сході України);
- чіткі норми повноважень державної влади щодо процесу регулювання прямих іноземних інвестицій;
- сприятливий інвестиційний клімат (підтримка інвесторів після здійснення капіталовкладень, яка надається іноземним компаніям після їх заснування і під час здійснення діяльності);
- лібералізація ділової активності (зняття бар'єрів при ввезенні в країну сучасного технологічного устаткування, необхідного для модернізації діючих підприємств);
- соціальна спрямованість (стимулювання іноземних інвестицій для створення додаткових робочих місць, вирішення проблем розвитку соціальної інфраструктури, охорони здоров'я, освіти, науки тощо);

- подолання корупції;
- формування системи державних гарантій та страхування інвестицій від некомерційних ризиків [6, с. 185].

На основі проведеного дослідження можемо зазначити, що питання залучення іноземних інвестицій займає окреме місце у системі факторів економічного зростання держави. Для оптимального використання іноземного капіталу необхідно, в першу чергу, створити належні умови для діяльності іноземних інвесторів. Це стосується як вдосконалення нормативно-правової бази, так і впровадження механізму страхування ризиків, що в сучасних умовах є питанням надзвичайно актуальним. Інвестиції, а надто іноземні, є основою для розбудови економіки держави та покращення рівня та якості життя населення, як наслідок. Адже від ефективного здійснення інвестиційної політики залежить не тільки стан та масштаби виробництва, впровадження інновацій, досягнень науково-технічного прогресу, але й вирішення певних соціальних та екологічних проблем.

Список використаних джерел:

1. Кравців В.С., Мельник М.І., Антонов В.Б. Залучення прямих іноземних інвестицій в економіку України: проблеми та політика активізації: монографія / В.С.Кравців, М.І. Мельник, В.Б. Антонов. – Львів: ІРД НАН України, 2011. – 386 с.
2. Закон України "Про режим іноземного інвестування" від 19.03.1996 № 93/96-ВР [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/93/96-вр>
3. Сайт Державної служби статистики України [Електронний ресурс]. – Режим доступу : www.ukrstat.gov.ua.
4. Гуткевич С. А. Инвестиции и инвестиционный процесс / С. А. Гуткевич. – К., 2010. – 128 с.
5. International Business Compass 2017 [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <https://www.bdo.ge/en-gb/insights/bdo-ibc-international-business-compass-2018>
6. Кравців В.С., Мельник М.І., Антонов В.Б. Залучення прямих іноземних інвестицій в економіку України: проблеми та політика активізації: монографія 28 / В.С.Кравців, М.І. Мельник, В.Б. Антонов. – Львів: ІРД НАН України, 2011. – 386 с.

ПРОБЛЕМИ ТА ШЛЯХИ ПОКРАЩЕННЯ ІНВЕСТИЦІЙНОЇ ДІЯЛЬНОСТІ В ЕКОНОМІЦІ УКРАЇНИ

**ТЕРЕН В., 1 курс (Ос «бакалавр») ФОФЕД ЧТЕІ КНТЕУ
спеціальність «Фінанси, банківська справа та страхування»,
спеціалізація «Державні фінанси»
наук. кер. Верстак О.М.**

У статті досліджено і систематизовано проблеми інвестиційного ринку України. Розглянуто вплив світової фінансової кризи на розвиток ринку інвестицій. Визначаються проблеми української економіки, які потребують негайного вирішення.

The article investigates and systematizes the problems of the investment market of Ukraine. The influence of the global financial crisis on the development of the market is considered investment The problems of the Ukrainian economy that are in need are identified immediate solution.

В сучасних умовах в Україні домінуючим стає інвестиційний аспект, що зумовлюється масштабними завданнями ринкового реформування в Україні. Сьогодні вітчизняні суб'єкти господарювання потребують реструктуризації капіталу, оновлення основних виробничих засобів, впровадження новітніх технологій, організації виробництва, що вимагає значних фінансових ресурсів. Необхідність збільшення надходжень інвестицій в економіку України від вітчизняних та зарубіжних інвесторів вимагає формування досконалого у широкому розумінні цього слова інвестиційного ринку як для процесів безпосереднього залучення інвестицій, так і їх ефективного використання. Тому визначення та аналіз основних проблем розвитку ринку інвестицій є досить важливим питанням, оскільки тільки завдяки дослідженню основних проблем можна визначити шляхи удосконалення інвестиційного ринку.

Проблеми розвитку інвестиційного ринку та зростання інвестиційної привабливості країни завжди перебували в центрі уваги вчених-економістів. Так, наприклад, суть інвестиційного ринку та чинники його формування і розвитку досліджено у працях багатьох науковців, таких як О.Д. Вовчак, А.А. Котуков, В.В. Биковський, А.А. Пересада, С.О. Гуткевич, Б.М. Данилишин, М.Х. Корецький, О.І. Дацій. Питанню інвестиційної привабливості присвячені праці І.О. Бланка, О.В. Гаврилюка, А.Б. Гончарова, І.Є., Іваненко-Свиницької, О.О. Іванонківа, Б.А. Карпінського та ін. Важливий внесок у дослідження цієї проблеми зробили також В.В. Бочаров, А.П. Гайдучкий, Б.В. Погрішук, Д.А. Епштайн, Д.А. Харрісон та ін. Залучення іноземних інвестицій та створення сприятливого інвестиційного клімату України розглядали В.М. Комаров, В.С. Лановий, І.О. Бланк тощо.

Метою даної статті є визначення та групування основних проблем інвестиційного ринку України.

Інвестиційний ринок являє собою складну відкриту систему економічних та правових відносин між суб'єктами інвестиційної діяльності з приводу купівлі-продажу інвестиційних продуктів, головною метою функціонування якої є ефективний перерозподіл інвестиційних ресурсів між споживачами інвестицій. Інвестиційний ринок, органічно вбудовуючись у національну фінансову систему, імпортує найбільш прогресивний інструментарій з інших сегментів фінансового ринку та міжнародних практик ведення інвестиційного бізнесу. Результатом діяльності його суб'єктів є перенесення стимулювальних властивостей на всі без винятку сектори народного господарства та істотне розширення здатності до майбутнього економічного зростання загалом [1]. Ефекти внутрішніх політичних та економічних потрясінь, анексії Криму та військових дій на Донбасі поширилися на більшість секторів вітчизняної економіки. Внаслідок цього поглиблюються наявні диспропорції, прискорюється падіння ВВП, скорочення обсягів промислового виробництва, зовнішньої торгівлі, зниження обсягів освоєння капітальних інвестицій в умовах відпливу інвестиційних капіталів з огляду на відсутність гарантій безпеки для інвестора та високий ступінь ризику [2].

В Україні, що стала на шлях євроінтеграції і прагне створити відкриту економічну систему, участь у процесах руху капіталу і як імпортера, і як експортера є питанням стратегічно важливим. Сьогодні ж участь України в цих процесах важко назвати активною, а з позицій залучення закордонних капіталовкладень їй доведеться конкурувати з країнами, ринки яких виявляються зараз більш

привабливими для інвесторів. На практиці є значна кількість рейтингів стану розвитку інвестиційного ринку держави або інвестиційної привабливості об'єкта інвестування, які регулярно публікуються та відрізняються один від одного переліком складників, які беруться до уваги під час розрахунку. Своєрідним барометром ділової репутації, конкурентоспроможності, а відповідно й інвестиційного клімату держави є низка загально визнаних індексів: Global Competitiveness Index, The Doing Business, Heritage Foundation.

Так, у таблиці 1 наведена позиція України за найважливішими міжнародними індексами, що характеризують інвестиційну привабливість України для інвесторів.

Таблиця 1

Місце України у світових рейтингах			
Показник	Рік		
	2016	2017	2018
Індекс глобальної конкурентоспроможності (Global Competitiveness Index) (GCI)	85 (з 138)	81 (з 143)	84 (з 140)
Індекс ведення бізнесу (The Doing Business)	81 (з 190)	83 (з 187)	87 (з 190)
Індекс економічної свободи (Heritage Foundation)	150 (з 180)	155 (з 179)	162 (з 178)

Розглянуті індекси дають чіткий сигнал, що інвестиційний клімат України не є комфортним для суб'єктів підприємницької діяльності. Нині відсутні реальні кроки, які би забезпечували економічну свободу та захист інтересів усіх учасників бізнес-процесів за чітких, всім зрозумілих, передбачуваних та неупереджених правил ведення бізнесу.

Серед основних чинників, що сприяють погіршенню інвестиційного клімату та створюють негативний міжнародний імідж держави, можна виділити такі: політико-економічні (зміна геополітичних пріоритетів, війна на Сході країни, високий рівень корупції у владних структурах; валютна нестабільність, суттєвий фіскальний тиск, скорочення кількості представників малого та середнього бізнесу); правові (високий рівень корупції в органах судової системи, вибіркове законодавство, часта зміна законів та адміністративних процедур); соціальна нестабільність (відсутність довіри до влади, соціальна незахищеність більшої частки населення, упередженість судових рішень, безкарність представників влади). Проте наявність вигідного географічного місцезнаходження, кліматичних умов, найбільшої площі чорнозему, активність та амбітність молоді України, організація представниками фінансово-промислових груп заходів на території України та за її межами, які спрямовані на покращення інвестиційного іміджу держави, сприятимуть покращенню інвестиційного клімату України та розвитку ринку інвестицій у майбутньому.

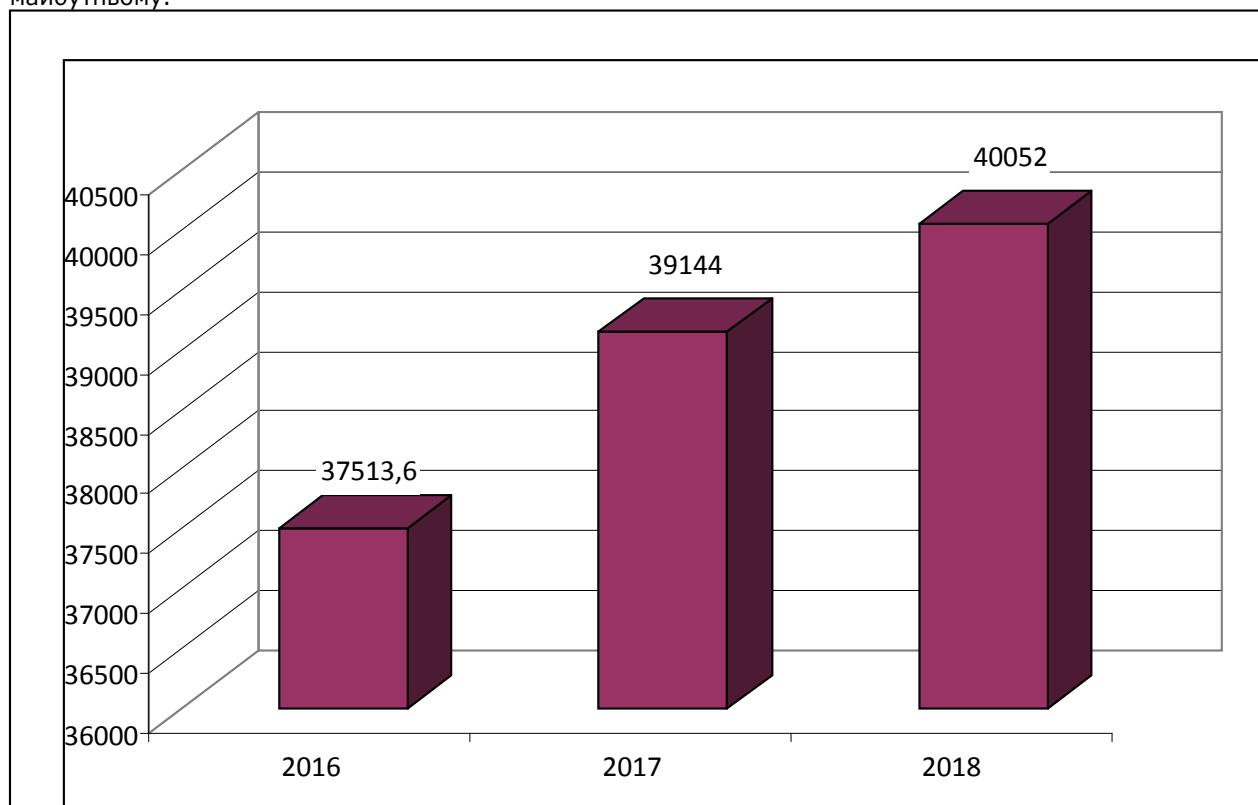


Рис. 1. Обсяг залучених іноземних інвестицій

Так, за період із 2016 по 2018 р. обсяг залучених інвестицій збільшився на 83,6%, з 9047,0 млн дол до 53,7 млрд дол з 2016 р. по 01.01.2018 р. обсяг залучених інвестицій зменшився з 5,37 млрд дол до 43,9 млрд грн, або на 20,5%. Відтік іноземних інвестицій тільки за перший квартал 2015 року становив 2,91 млрд дол. Протягом 2016–2018 рр. інвестори почали поступово повертатися на ринок інвестицій України: обсяг збільшився з 36,1 млрд дол до 39,1 млрд дол (станом на 01.01.2018 р.) [4].

Оскільки інвестиційний клімат будь-якої країни визначається насамперед стабільністю її економічної та політичної ситуації, цілком зрозумілим є той факт, що Україну визнано однією з найризикованіших країн Східної Європи щодо вкладання інвестицій. Це обумовлено такими негативними чинниками: – неефективною економічною (і зокрема інвестиційною) політикою держави, про що свідчить тривалий процес "проїдання" основного капіталу та небажання багатьох суб'єктів господарювання працювати в легальному бізнесі; – низькою привабливістю інвестиційного клімату внаслідок правової нестабільності, низькою ефективністю господарювання (особливо у сфері матеріального виробництва), корупцією та неадекватним податковим тиском на товаровиробника [6] (у дослідженнях Світового банку стверджується, що витрати, пов'язані з ненадійністю інфраструктури, проблемами з виконанням договірних зобов'язань, злочинністю, корупцією та державним регулюванням, можуть становити понад 25 % обсягів продажу, більш ніж утричі перевищуючи суму податків, сплачених фірмою в звичайному порядку) [7]; – неефективною амортизаційною політикою, що має податкове підґрунтя, а не орієнтир на довгострокову перспективу розвитку економіки; – недостатнім розвитком комунікацій та інфраструктури інвестиційного ринку; – низькою платоспроможністю більшості населення та кризою неплатежів; – неврегульованістю земельних правовідносин та відсутністю цивілізованого ринку землі в Україні, що звужує ефективне використання інвестиційних ресурсів, особливо при реалізації спільних з нерезидентом вкладень; – нерозвиненістю банківської та страхової діяльності, інвестиційних фондів; – відсутністю програми налагодження ефективного співробітництва із стратегічними іноземними партнерами, небажанням допускати іноземних інвесторів до участі у рентабельних проектах і приватизації [6].

Як свідчить вітчизняний досвід, державних коштів та коштів вітчизняних підприємців бракує для подальшого швидкого та ефективного економічного розвитку нашої держави. Тому необхідним є залучення іноземних інвестицій, які мають певні переваги перед вітчизняними інвестиціями та державним фінансуванням. Вони полягають у тому, що, по-перше, іноземні інвестиції – це додатковий капітал, залучений у країну для виробництва товарів і послуг, реалізації певних програм, а по-друге – це надходження в державу нових технологій та застосування нових методів управління [2]. На нашу думку, залучення іноземного капіталу в матеріальне виробництво набагато вигідніше від простого отримання кредитів для закупівель потрібних товарів, адже вони лише примножують загальний державний борг. Викликають серйозні нарікання з боку як науковців, так і безпосередніх іноземних інвесторів непослідовність і, відповідно, непередбачуваність правових важелів іноземного інвестування. За роки незалежності в Україні 6 разів змінювалися умови інвестиційної діяльності для нерезидентів.

При цьому часто новий закон скасовує або навіть зводить нанівець попередній; існує різновекторність дій ключових гілок влади. Загалом спостерігається маніпулювання правовим полем, якого не визнає цивілізований ринок. Привабливе для іноземних інвесторів правове оточення повинно відповідати трьом умовам.

По-перше, приватні інвестори, як іноземні, так і внутрішні, мають бути впевнені, що їх інвестиції надійно захищені добре розвинутою системою законів.

По-друге, інвестори мають бути переконані, що закони впроваджуються в життя: найдосконаліше законодавство не має ніякої цінності, якщо не втілюється у практиці.

По-третє, інвестори потребують стабільності та передбачуваності системи юриспруденції. Залишається невирішеною проблема забезпечення зарубіжних інвесторів інформацією про чинне законодавство стосовно іноземних інвестицій. Практично немає єдиного підходу до статусу та відміни попередніх законів, тому важко визначити, які закони зберігають чинність, а які були анульовані [8].

Негативний вплив на інвестиційну привабливість здійснює кредитна система, що передбачає високі відсоткові ставки за кредитами. Через високі банківські відсоткові ставки за кредитами підприємствам, які намагаються реалізувати інвестиційні проекти, важко конкурувати з одержувачами позики, яким потрібні кошти для короткострокових операцій. У сфері кредитної політики важливим завданням є створення сприятливих умов для активізації довготермінового кредитування реального сектора економіки. Це можливо завдяки: пом'якшенню відсоткової політики; переорієнтації кредитних ресурсів банків на довготермінове кредитування; пільговому оподаткуванню прибутку комерційних банків від операцій довготермінового кредитування; створенню спеціальних інвестиційних банків із забезпеченням пільгових умов кредитування інвестиційних програм [9]. Не сприяє інвестиційній діяльності України, за словами експертів ЄБА, мовний закон з вимогою 60 обов'язкового маркування продукції на регіональних мовах. Самі інвестори в якості негативних змін називають: збільшення тиску фіскальних органів, коливання валютного курсу і валютної політики НБУ, ускладнення політичної ситуації у зв'язку з виборами, корупцію і слабку судову систему [5].

Основними загальнодержавними заходами покращення інвестиційної активності можна визначити наступні:

1. на законодавчому та виконавчому рівнях влади виникає потреба в усуненні негативних чинників правового характеру, які унеможливають процес ефективного регламентування підприємницької діяльності в частині залучення та освоєння інвестицій;

2. оптимізація системи оподаткування та зведення до мінімуму авансових платежів і застосування, головним чином, касового методу справляння дохідної частини бюджетів; забезпечення гнучкості податкової політики для підвищення зацікавленості інвесторів у зростанні доходів; також економічно

обґрунтованим вбачається повне звільнення інвестицій від податків протягом першого року;

3. удосконалення порядку сплати митних платежів і зборів при надходженні іноземних інвестицій в Україну;

4. створення системи правового захисту іноземних інвесторів від боржників та недобросовісних партнерів.

В Україні відповідними законодавчими актами створено 11 вільних економічних зон, у 9 регіонах введений спеціальний режим інвестиційної діяльності. Проте їхнє створення в Україні не дало очікуваних результатів із залучення іноземного капіталу, оскільки на цих територіях розміщувалися переважно вітчизняні капітали і підприємства, що ухиляються від оподаткування.

На нашу думку, запровадження податкових пільг повинне бути передбачене на державному рівні для інвестицій в екологічно орієнтовані проекти, виробництво ресурсозберігаючих, екологічно чистих технологій. Одним із інструментів податкової підтримки інвестиційних процесів, який набув широкого розповсюдження в зарубіжних країнах, є інвестиційний податковий кредит. Суть його полягає у відстроченні сплати податку на прибуток на певний термін під реалізацію інвестиційних проектів. У майбутньому внаслідок збільшення грошових надходжень підприємств від інвестиційних проектів збільшаться відрахування до бюджету у вигляді податків, тим самим державі компенсуються недоотримані кошти.

На жаль, у Податковому кодексі не передбачено застосування такого інструменту регулювання інвестиційної діяльності. При цьому надання інвестиційного податкового кредиту не вимагає залучення зовнішніх джерел фінансування, оскільки використовуються внутрішні ресурси самих підприємств у вигляді податку, що не перераховано до державного бюджету. Таким чином підприємства будуть намагатися збільшити власні надходження, щоб більше коштів залишилося в їх розпорядженні.

Сьогодні Україна є недостатньо привабливою країною на міжнародному ринку інвестицій, їй притаманні суттєві прогалини в розвитку економіки та інвестиційного ринку. Події останнього часу погіршили навіть оптимістичні прогнози щодо інвестиційного потенціалу України. Причинами такого стану є незначна продуктивність національної економіки, її висока енергомісткість та матеріаломісткість; неефективна діяльність НБУ щодо забезпечення стабільності національної валюти; жорсткий податковий тягар; високий рівень корупції; відсутність довіри дрібних інвесторів до фінансової і структурної реформи; недостатній розвиток ринкової інфраструктури. Ці негативні чинники впливають на рівень і потенційні можливості інвестування в Україні. Серед головних завдань інвестиційної політики можна виділити нарощування інвестиційних ресурсів, покращання їх структури, задіяння всіх інвестиційних джерел, зростання норми чистих заощаджень. З метою забезпечення сталого економічного зростання держава має зосередити зусилля на досягненні політичної і макроекономічної стабілізації, знятті всіх перешкод на шляху приватного капіталу до реального сектору, забезпечення стабільного регулювання інвестиційної діяльності.

Список використаних джерел:

1. Мельниченко, О. А. Інвестиційний клімат: сутність та напрямки його покращення в Україні / О. А. Мельниченко // Вісник Східноукраїнського національного університету імені Володимира Даля. – 2018. – 14(185). – Ч. 1. – С. 292-295.
2. Загірняк, Д. М. Проблеми іноземного інвестування в економіку України [Електронний ресурс] / Д. М. Загірняк, Е. К. Рубанова. – Режим доступу: http://archive.nbuv.gov.ua/portal/soc_gum/vsunu/2011_7_2/Zagirnjak.pdf.
3. Index of Economic Freedom [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://heritage.org/index/country/ukraine>.
4. Україна увійшла до п'ятірки найгірших економік світу [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://www.epravda.com.ua/news/2011/07/6/290977/>.
5. Карлін, М. І. Фінансова система України [Електронний ресурс] / М. І. Карлін. – Режим доступу : http://libfree.com/182666578-finansifinansova_sistema_ukrayini_karlin_mi.html.
6. Пітель, Н. Я. Проблеми формування інвестиційного клімату України/ Н. Я. Пітель// Бізнес-навігатор. – 2016. – № 3.
7. Вовченко, О. Л. Інвестиції: економічна сутність та форми/ О. Л. Вовченко // Актуальні проблеми економіки. – 2015. – № 6. – С. 19.
8. Гераймович, В. Л. Проблеми державного регулювання інвестиційного процесу в Україні / В. Л. Гераймович // Науковий вісник НУБіПУ. – 2017.
9. Лазебник, Л. Л. Інвестиційний клімат та економічна мотивація іноземного інвестування в Україні / Л. Л. Лазебник// Фінанси України. – 2016. – №4. – С. 82-88.
10. Череп, А. В. Інвестиційна діяльність України: стан та шляхи активізації / А. В. Череп, Г. І. Рурк // Держава та регіони. Серія: Економіка та підприємництво. – 2016. – № 3. – С. 48-52.
11. Мотриченко, В. М. Інвестиційна привабливість України: стан та шляхи активізації / В. М. Мотриченко// Фінансовий простір. – 2015. – №4(4).

Товарознавство продовольчих та непродовольчих товарів

ТОВАРОЗНАВЧА ХАРАКТЕРИСТИКА М'ЯСА

**ВЕРБОВСЬКА М-Л., 4 курс (ОС «бакалавр») ФУСОХТ ЧТЕІ КНТЕУ
спеціальність «Підприємництво, торгівля та біржова діяльність»,
спеціалізація «Товарознавство та експертиза в митній справі»
наук. кер. Хотинь Л. В.**

Стаття присвячена товарознавчій характеристиці різних видів та груп м'яса. Наведена ідентифікація м'яса за статтю, віком, вгодованістю та термічною обробкою. Розглянуто формування споживчих властивостей при виробництві ковбасних виробів. Подана характеристика м'яса різноманітних екзотичних тварин.

The article is devoted to the commodity-specific characterization of various types and groups of meat. Mention is made of meat by gender, age, fattening and heat treatment. The formation of consumer properties in the production of sausage products is considered. The characteristic of meat of various exotic animals is given.

Актуальність даної теми полягає у тому, що м'ясо та м'ясопродукти являються одними з основних продуктів харчування людини. Від їх якісних характеристик залежить енергетична цінність, засвоюваність та смакові властивості м'ясопродуктів.

Метою статті є характеристика видів, груп та категорій м'яса, оцінювання якості м'яса та опис м'яса екзотичних тварин.

Об'єктом дослідження є м'ясо великої рогатої худоби, свинина, баранина, козлятина, конина, м'ясо кролів та м'ясо екзотичних тварин.

Предметом дослідження є товарознавча ідентифікація м'яса та формування споживчих властивостей ковбасних виробів в процесі їх виробництва.

Питаннями оцінки якості ковбасних виробів займалися вітчизняні вчені, такі як І. М. Задорожний, Н. Т. Лазарева, Г. О. Лихоніні, В. Д. Малигіна, М. П. Орлов, П. Х. Пономарьов, Л. В. Породіна, Г. Б. Рудавська, І. В. Сирохман, Л. Д. Титаренко, Є. В. Тищенко, О. Ю. Холодова, О. О. Шубін та багато інших.

М'ясо являє собою харчовий продукт, що складається з м'язової тканини теплокровних травоядних тварин і птиці, що пройшов певну технологічну обробку і готовий до реалізації та використання в їжу.

Ідентифікують м'ясо за видом, статтю, віком, вгодованістю та термічною обробкою.

Залежно від виду забійної тварини розрізняють такі види м'яса: яловичину, свинину, баранину, козлятину, конину та м'ясо кролів.

Залежно від віку та статі велику рогату худобу поділяють на чотири групи:

- 1) I група – доросла худоба (корови, воли, бугаї, телиці старше 3 років) і корови-первістки з прийнятною масою менше 350 кг);
- 2) II група – корови-первістки віком до 3 років з прийнятною масою 350 кг і більше);
- 3) III група – молодняк – тварини у віці від 3 місяців до 3 років;
- 4) IV група – телята у віці від 14 днів до 3 місяців.

М'ясо бугаїв темно-червоного кольору з синюватим відтінком. Воно жорстке, грубоволокнисте, липке з неприємним запахом, який зникає після тривалого зберігання. У реалізацію для використання в домашніх умовах таке м'ясо не допускається.

М'ясо волів і корів має такі ідентифікаційні ознаки: колір від яскраво-червоного до темно-червоного; м'язова тканина тонковолокниста; помітні прошарки підшкірного та міжм'язового жиру; колір жиру від білого до жовтуватого (залежно від віку тварини).

М'ясо молодняка має рожево-червоний колір, ніжну, тонковолокнисту структуру м'язової тканини, мало помітні прошарки між м'язового жиру, а підшкірний жир білого кольору, щільної, крихкої консистенції.

М'ясо телятини має колір від блідо-рожевого до сірувато-рожевого, ніжну, тонковолокнисту структуру м'язової тканини. Помітних відкладень жиру немає.

За вгодованістю м'ясо яловичини та телятини поділяють на дві категорії – 1 і 2.

Яловичина 1 категорії від волів, корів і телиць має задовільно розвинуті м'язи, остисті відростки спинних і поперекових хребців, сідничні горби та маклоки виділяються не різко, шия, лопатки, передні ребра, тазова порожнина мають жирові відкладення у вигляді невеликих ділянок.

Яловичина 2 категорії має менш розвинуті м'язи, остисті відростки спинних і поперекових хребців, сідничні горби та маклоки виділяються, відкладення жиру у вигляді невеликих ділянок є тільки в районі останніх ребер, поперека та сідничних горбів.

Свиней за продуктивними ознаками поділяють на три типи: сальний, беконний та м'ясо-сальний (універсальний).

Залежно від живої маси, віку і товщини сала свиней поділяють на п'ять категорій.

До 1 категорії (беконної) відносять туші свиней віком до 8 місяців з добре розвинутою м'язовою тканиною, з масою туші у теплому стані від 53 до 72 кг у шкурі, з товщиною сала над остистими відростками між 6-7 спинними хребцями 1,5-3,5 см.

До 2 категорії (м'ясо-молодняк) відносять туші м'ясних свиней (молодняку) масою від 39 до 98 кг у шкурі з товщиною сала 1,5-4,0 см, а також підсвинків живою масою 20-60 кг, з товщиною сала не менше 1 см.

Для свиней 3 категорії (жирна) важливим показником є товщина сала, яка повинна бути 4,1 см і більше.

До 4 категорії (для промпереробки) відносять кнурів і свиноматок масою вище граничної для 2 категорії.

До 5 категорії (м'ясо поросят) відносять туші поросят-молочників живою масою 3-6 кг, у яких не

виступають ребра і остисті відростки хребців.

М'ясо молодих свиней має блідо-червоний або сірувато-рожевий колір, середнього віку – блідо-червоний, а старих свиней – червоний колір. Жир м'який, білого кольору.

Баранина молодих тварин має світло-червоний колір, ніжну консистенцію, м'язова тканина м'якозерниста. М'ясо старих тварин цегляно-червоного кольору, більш грубої консистенції зі специфічним яскраво вираженим запахом.

Козлятина відрізняється від баранини цегляно-коричневим кольором і вираженим характерним запахом, без прошарків жиру.

Колір м'яса кролів від білого до рожевого, консистенція м'яса ніжна, м'язова тканина м'яко зерниста. Жир в основному відкладається у черевній порожнині [2, с. 224]

Кожний вид м'яса має свої особливості і відрізняється кольором м'язової і жирової тканин, розподілом жирів відкладень, смаковими, ароматичними, технологічними та іншими показниками [4, с. 316].

Яловичина і свинина займає основну частку в ковбасному виробництві. Сировина має вирішальне значення при формуванні споживчих властивостей і асортименту ковбасних виробів.

Яловичина служить зв'язуючою основою ковбасного фаршу, підсилює забарвлення ковбас, її азотисті екстрактивні речовини поліпшують смак виробів. М'язова тканина яловичини має високу вологопоглинаючу і вологоутримуючу здатність і, відповідно, забезпечує щільну і соковиту консистенцію ковбас.

Свинина поліпшує органолептичні властивості ковбас, завдяки своєму складу і здатності накопичувати під час дозрівання речовин, які надають смаку і запаху шинки. Жирова тканина в помірній кількості поліпшує соковитість і ніжність продуктів.

Сало свиняче надає фаршу пластичності, підвищує його енергетичну цінність, формує рисунок на розрізі, але в надмірній кількості знижує зв'язуваність фаршу і засвоюваність виробів. З метою збереження рівних граней шматків сала при подрібненні і перемішуванні з фаршем, його підморожують.

Молочні продукти (молоко питне, сухе, масло вершкове, сир, білкові концентрати тощо) підвищують поживні властивості і засвоюваність ковбас, а для молочних білків притаманні добрі зв'язуючі і емульгуючі властивості.

Яєчні продукти використовують для деяких видів ковбас з метою підвищення їх споживних властивостей і збільшення зв'язуваності фаршу.

Борошно, крохмаль додають тільки у фарш окремих ковбас для підвищення вологопоглинаючої здатності і зв'язуваності фаршу.

Крім білків тваринного походження, значна увага приділяється використанню білкових ізолятів і концентратів бобових культур (сої, гороху, квасолі та ін.), різних рослинних наповнювачів тощо.

Матеріали для соління включають сіль, нітрит натрію, цукор та ін. сіль крім загальних властивостей, розглянутих раніше, підвищує вологозв'язуючу здатність і клейкість фаршу. Цукор пом'якшує смак солі і перцю, запобігає окисленню нітриту натрію. Прянощі надають ковбасам приємний характерний аромат і смак. Частіше всього використовують всі види перцю, коріандр, кардамон, гвоздику та інші в натуральному вигляді та як екстракти.

Ковбасні оболонки забезпечують певну форму, стійкість щодо дії мікроорганізмів, до забруднення, втрат вологи, впливу кисню повітря. Використовують природні (кишки, сечовий міхур, стравохід, свинячий шлунок) і штучні оболонки (целофанові, віскозні, білкозинові), а також синтетичні. Частину оболонок обробляють коптільною рідиною [3, с. 294].

Однією з суттєвих проблем на ринку м'ясопродуктів залишається імпорт та масове надходження генетично модифікованих продуктів. Новою проблемою м'ясного ринку України є ввезення м'яса екзотичних тварин.

М'ясо крокодила (Австралія, Таїланд) – це м'ясо білого кольору, досить ніжне, смачне, соковите та апетитне на вигляд, за смаком нагадує курятину. М'ясо малокалорійне, оскільки майже не містить холестерину та жиру. Виробляється з американських, австралійських, малайзійських та африканських крокодилів. Придатним до споживання воно стає після досягнення твариною 15 років. Філейною частиною вважається хвіст. М'ясо на спині жорсткіше і використовується для приготування барбекю. Верхню частину спини нарізають пластинками, а нижню частину спини і хвіст використовують для стейків. М'ясо вважають екологічно чистим, тому що на нього не впливають жодні хімічні речовини.

Черепашове м'ясо (Китай) – це м'ясо черепахи дуже ніжне, має високі смакові властивості. На смак нагадує кращі сорти яловичини. Найбільш цінним вважається м'ясо самиць, тому що воно соковитіше та ніжніше. Деякі види черепах вирощують на фермах. Окрім м'яса у їжу споживаються також яйця, які збирають у період розмноження. Із яєць також виробляють високоякісне масло. Яйця розчавлюють у великих посудинах, потім відстоюють жир і після цього кип'ятять. Після цих процедур виходить прозоре масло жовтуватого кольору. М'ясо гігантських морських черепах смертельно небезпечно для людей. Черепахи живуть дуже довго і увесь цей час накопичують у собі метали та пестициди. Наприклад, порівняно з тунцем вміст кадмію у їх м'ясі вищий утричі, а концентрація ртуті – у 10 разів. Крім того, м'ясо таких черепах акумулює токсини, ймовірно, отримуючи їх із водоростей. Ці ядохімікати неможливо видалити жодним способом. М'ясо черепахи часто стає причиною харчових отруєнь сальмонеллою.

М'ясо кенгуру (Австралія) – це червоне м'ясо, зовні дуже схоже на яловичину. На смак ніжне та м'яке, має традиційний присмак дичини із характерною легкою гіркотою. М'ясо має велику кількість білків – 24 % (у яловичині – 18 %), у ньому низький вміст жиру – менше 2 % (у яловичині – 20 %), а також велика кількість поліненасичених жирних кислот і низький вміст холестерину. Найбільш м'якою та делікатесною частиною вважається хвіст. М'ясо кенгуру екологічно чисте, оскільки воно не піддається жодному хімічному впливу, на відміну від м'яса домашніх тварин. Результати досліджень свідчать, що дієта, яка передбачає вживання значної кількості м'яса кенгуру, зменшує ризик виникнення кардіологічних

захворювань та розвитку діабету, а також сприяє зменшенню рівня холестерину у крові. Визнано, що м'ясо кенгуру є продуктом, призначеним для збалансованого харчування.

М'ясо страуса – це м'ясо страусів червоного кольору, яскравішого, ніж яловичина. За смаком та структурою нагадує швидше яловичину, ніж м'ясо домашньої птиці. Деякі дослідники вважають, що смак нагадує дичину. Ніжністю, м'якістю, апетитністю та запахом воно не поступається найніжнішим частинам яловичої туші, наприклад філейній вирізці. При цьому м'ясо страусів пісніше, ніж яловичини, та сухіше, оскільки містить мало внутрішнього м'язового жиру (0,9 %). З цієї самої причини таке м'ясо менш соковите, дещо сухе. У складі м'яса страуса більше води, ніж у яловичині, стільки само як і у м'ясі іншої птиці. За вмістом амінокислот, м'ясо страуса близьке до яловичини та м'яса бройлерів. Заслугує на увагу низький вміст натрію, що має значення для людей, хворих на гіпертонію окрім того, м'ясо страуса містить більше фосфору, міді та марганцю, ніж яловичина та м'ясо бройлерів. Перевагою цього виду м'яса є його низька калорійність, відносно невеликий вміст холестерину та корисний для здоров'я профіль жирних кислот.

М'ясо жаби м'яке і дуже і дуже соковите, біло-рожевого кольору, схоже на курятину. Має вигляд жирного м'яса, але насправді не є таким. Після приготування за смаком нагадує курятину. Перед приготуванням жаб'ячі лапки замочують у холодній воді на 12 год., змінюючи воду через кожні 3-4 год. Після замочування вони стають білими і збільшуються в об'ємі, набравшись води. Вважається, що м'ясо жаби за харчовою цінністю таке саме, як і м'ясо мідій та устриць. Найсмачнішим вважається м'ясо жаби восени, тому що за літо вони накопили корисні речовини.

Як бачимо, в Україну завозять багато видів екзотичного м'яса, яке уже давно використовується в Європі. Потреба однієї тільки Німеччини у м'ясі крокодила оцінюється в 15 т щомісяця. На сьогодні у Китаї нараховується понад 1000 черепахових ферм, які експортують м'ясо в Європу, Америку, а також постачають його на внутрішній ринок. Загальний обсяг цього ринку становить більше 1 млрд дол. США.

Згідно з офіційною статистикою, до 2007 р. в Україну не було завезено жодного кілограма м'яса екзотичних тварин, оскільки їх ввезення заборонено державною ветеринарною службою. Тим не менше, зараз у продажу можна знайти майже всі види екзотичних м'ясопродуктів. Таким чином, нормативно-правове питання ввезення в Україну різних видів м'яса актуальне і потребує негайного вирішення [1, с. 300]

Отже, м'ясо різних тварин характеризується відповідними споживчими властивостями і відрізняється за органолептичними показниками, морфологічним і хімічним складом. При товарознавчій характеристиці м'яса важливе значення мають стать, вік тварин, вгодованість, спосіб вирощування тощо.

Список використаних джерел:

1. Інфраструктура товарного ринку. Продовольчі товари: підручник. / за ред. проф. О. О. Шубіна – Київ : Знання, 2009. – С. 564.
2. Основи експертизи продовольчих товарів: навчальний посібник. / В. Д. Малигіна, Л. Д. Титаренко, Л. В. Породіна, Г. О. Лихоніні, Н. Т. Лазарева, О. Ю. Холодова. – Київ : Кондор, 2009. – С. 296.
3. Сирохман І. В. Товарознавство продовольчих товарів: підручник. / І. В. Сирохман, І. М. Задорожний, П. Х. Пономарьов. – Київ : Лібра, 2000. – С. 368.
4. Товарознавство продовольчих товарів (лабораторний практикум): навч. посібник. / Є. В. Тищенко, Г. Б. Рудавська, М. П. Орлов та ін. – К. : Київ. держ. торг.-екон. ун-т, 2000. – 411 с.

ПРОБЛЕМИ ЯКОСТІ ЮВЕЛІРНИХ ВИРОБІВ

КАПША І. В., 4 курс (ОС «бакалавр») ФУСОХТ ЧТЕІ КНТЕУ
Спеціальність «Підприємництво, торгівля та біржова діяльність»,
спеціалізація «Товарознавство та комерційна діяльність»
наук. кер. Хотинь Л. В.

Стаття присвячена проблемам якості ювелірних виробів. Розкрито проблеми безпечності, якості та надійності ювелірних виробів, а також концепцію формування якісних параметрів ювелірних товарів, наведено алгоритм процедури оціночної експертизи ювелірних коштовностей за загальними критеріями.

The article is devoted to problems of quality of jewelry. The problems of safety, quality and reliability of jewelery, as well as the concept of the formation of qualitative parameters of jewelry goods are revealed, and the algorithm of the procedure of valuation expertise of jewelry on general criteria is given.

Актуальність даної теми полягає в тому, що ринок ювелірних виробів в Україні має значний рівень насичення та велику конкуренцію. Він є одним з найбільш перспективних серед інших ринків непродовольчих товарів. Ювелірні вироби є предметами розкоші, тому їхня якість повинна відповідати ціні, що є дуже важливим для споживача.

Метою статті є дослідження якості ювелірних товарів, стану технічного регулювання щодо ювелірної продукції та розкриття проблем ювелірної галузі.

Об'єктом дослідження є якісні параметри ювелірних товарів та етапи їх формування.

Предметом виступає процедура оціночної експертизи ювелірних коштовностей за загальними критеріями.

Дослідженням показників якості ювелірних виробів займалися такі провідні науковці як Біленький А. В., Шуляк А. В., Можаров О. В., Артюх Т. М., Індутний В. В., ін. Серед іноземних авторів можна виділити праці Е. Бреполя, Д. Отт, І. Милан. та ін. Автори внесли значний вклад в методологію експертизи ювелірних виробів.

До ювелірних товарів (від голл. juweel – дорогоцінний камінь) відносять вироби, виготовлені з дорогоцінних металів і каменів, а також з деяких інших матеріалів високомистецької обробки [1].

Сьогодні перед ювелірною галуззю постають проблеми, які пов'язані з їхньою безпечністю, якістю та надійністю. Насамперед, це ігнорування виробниками вимог законодавства України у сфері застосування технічних регламентів та стандартів, відсутність на підприємствах єдиної системи управління якістю,

застосування суб'єктами господарювання «нестандартних сплавів» та домішок, використання сплавів невідповідної якості, нестійких покриттів, які не пройшли випробування на відповідність показникам надійності та безпеки. Великою проблемою залишається стан нормативного та правового забезпечення контролю за якістю сплавів ювелірних виробів із дорогоцінних металів, а також стан законодавства у сфері технічного регулювання, стандартизації, підтвердження відповідності та захисту прав споживачів.

В Україні видобуток золота незначний, переважна його кількість, яка використовується ювелірами вилучена з брухту, відходів та "електронного лому". У чистому вигляді золото для виробництва таких виробів не використовується, тому що вони порівняно м'які і володіють низькою міцністю. Для виробництва використовують благородні метали у сплаві з іншими металами. Такі метали називають лігатурними.

Для проведення ретельного дослідження потрібне дороге технологічне обладнання, яким не забезпечена значна частка наших підприємств, тому в ювелірні прикраси потрапляють такі хімічні елементи як ртуть, залізо, олово, марганець, хром, кадмій, свинець, індій тощо. Всі вони негативно впливають на здоров'я людини та якість виробів.

Загальні вимоги до методів аналізу встановлює ГОСТ 22864-83 «Благородные металлы и их сплавы. Общие требования к методам анализа», вимоги до методів проведення аналізу вимірювання масових часток золота регламентують: ГОСТ 27973.0-88 «Золото. Общие требования к методам анализа».

Проба – державний стандарт, що визначає цінність сплаву, з якого виготовлено вироби з дорогоцінних металів, і засвідчує вміст вагових одиниць основного дорогоцінного металу в одній тисячі вагових одиниць сплаву.

В Україні для ювелірних та побутових виробів із дорогоцінних металів встановлюються такі проби: платина – 950 (дев'ятсот п'ятдесят); золото: 375 (триста сімдесят п'ята); 500 (п'ятсот); 585 (п'ятсот вісімдесят п'ята); 750 (сімсот п'ятдесят); 958 (дев'ятсот п'ятдесят вісім); 999 (дев'ятсот дев'яносто дев'ять); срібло: 800 (восьмисот); 830 (вісімсот тридцять); 875 (вісімсот сімдесят п'ять); 925 (дев'ятсот двадцять п'ять); 960 (дев'ятсот шістьдесят). Для виробництва срібних ювелірних виробів використовують срібно-мідні сплави 960, 925, 916 і 875-й проб. Маркують срібні сплави так само як і золоті. Зі сплавів платини в ювелірній справі застосовують в основному сплав платини 950-й проби. З кольорових металів і їхніх сплавів у ювелірному виробництві частіше використовують сплави міді – латунь, мельхіор, нейзильбер [5, с. 12].

Ювелірні вироби – це товар, який з часом дорожчає, а значить в товарний обіг потрапляють масово фальсифікації фірмових знаків, підробка якості тощо.

Відповідно до Постанови Кабінету Міністрів України від 25 березня 1999 р. № 460 «Про затвердження Правил роздрібної торгівлі ювелірними та іншими виробами з дорогоцінних металів, дорогоцінного каміння, дорогоцінного каміння органічного утворення та напівдорогоцінного каміння», реалізовувати ювелірні прикраси можна тільки в спеціалізованих магазинах або спеціалізованих відділах (секціях) магазинів. Продаж ювелірних виробів у дрібнороздрібній торговельній мережі, на ринках (крім розміщених на них спеціалізованих магазинів, відділів) забороняється. На ювелірному виробі повинне бути належне маркування. Етикетка або товарний ярлик, який має бути прикріплений металевою пломбою, повинні містити таку інформацію: артикул та назву виробу, назву виробника, склад, вага, розмір (для каблучок та ланцюгів), найменування вставок, якщо такі є, ціну за один грам і загальну вартість.

Ще однією ознакою справжнього ювелірного виробу є наявність на ньому двох клейм, перше з них – це державне пробірне клеймо, а друге – це проба, яка вказує на вміст дорогоцінного металу в сплаві. В Україні є два різновиди клейма із зазначенням проби: державне клеймо має зображення тризуба – його ставлять підприємства пробірного контролю та клейма заводів, які мають акредитовані хімічні лабораторії, що визначають вміст золота і компонентів, які там є [6].

Сьогодні в країні працює понад 1000 комерційних структур, що мають ліцензію на виготовлення коштовностей і понад 4 тис. структур мають право на їх продаж в роздріб. Провідними мережами з продажу ювелірних виробів називають мережу ювелірних супермаркетів «УкрЗолото», мережу ювелірних магазинів «КЮЗ», «Заріна», «585», «Перлина», «Ювелірна карта». Більшість з них працюють у найбільш затребуваному на ринку форматі – ювелірної крамниці («КЮЗ», «Перлина», «Заріна»). Також мають популярність ювелірні супермаркети («УкрЗолото»), бутики («Vendome», «Damiani», «Chopard»), ювелірні салони («Абрикос», «Стиль 999,9», «LoveLove»), галереї («Pearl'amour»), ювелірні будинки («Zarina»). У той же час, кількість окремих прилавків і кіосків під вивіскою «Золото/Срібло» скорочується. У тому числі частина виробників виготовляє продукцію на замовлення торговельних підприємств. У той самий час, як і ті виробники, хто націлений на експорт, змушені освоювати нові напрямки у дизайні, тому що повинні враховувати вимоги та побажання населення країни, в якій товар буде продаватися [4].

Виділення в окремий вид товарознавчих експертиз оціночної експертизи передбачає розповсюдження на неї основних принципів, вимог і процедур формування якісних параметрів ювелірних товарів. Водночас оціночна експертиза має свої особливості, які обумовлені головною метою експертизи, – визначення відповідного виду вартості на підставі оцінювання основних характеристик ювелірних коштовностей, що визначають їх споживчу цінність відповідно до мети подальшого використання.

На сьогодні процедура проведення оціночної експертизи не розроблена, за винятком виділення трьох методичних підходів, що обумовлюють прогнозування вартості, і не дають об'єктивного уявлення про механізм прогнозування вартості ювелірних коштовностей. Зазначимо, що оціночна експертиза достатньо складна і потребує високої кваліфікації експерта-оцінника. Така експертиза розпочинається з ідентифікації визначення критеріїв цінності, які обирають залежно від мети експертизи і визначення відповідного виду вартості. Мета експертизи визначає її вартість. Аналіз свідчить, що можна виокремити загальні критерії цінності, а саме: вид та вік виробу, ліквідність, аутентичність, типовість, тираж, цінність матеріалів, складність виготовлення, стан збереження, за якими оцінку вартості проводять завжди. Крім зазначених

критеріїв, наведемо також специфічні критерії цінності, які визначаються у випадках, якщо є документально підтверджена історія побутування, архівні документи, висновки спеціалістів, що свідчать про причетність до видатних особистостей, історичних подій, раритетність, або є бажання замовника визначити безпеку використання виробу більш досконалими методами дослідження (вміст токсичних речовин, радіоактивність тощо).

Отже, оціночну експертизу завжди необхідно здійснювати, передусім, за загальними критеріями цінності, які достатні для визначення базової вартості, віку та типовості (перша стадія). Залежно від наявності інформації щодо справжності коштовностей необхідно проводити другу стадію оцінювання. Якщо друга стадія оціночної експертизи пов'язана з виконанням специфічних досліджень (структури та хімічного складу матеріалів), то третя стадія є обов'язковим елементом у регламенті такої експертизи, яка спрямована на визначення вартості.

Таким чином, процедура оціночної експертизи ювелірних коштовностей включає три стадії оцінювання.

Перша стадія включає попереднє дослідження – вивчення та аналіз маркування, клейм, знаків та позначок, наявність пакування, супровідної документації, стану збереження. На основному етапі першої стадії здійснюється ідентифікація за загальними критеріями для визначення виду виробу, матеріалів, способу та методу виготовлення, часу та віку, походження (майстер, фірма), форми, конструкції, типовості, % зносу тощо.

Для визначення основних показників використовують аналітичні та органолептичні методи, порівняння з існуючими прототипами, визначення їх схожості та тотожності. На етапі попереднього дослідження робиться висновок про суттєві діагностичні ознаки предмета і відносять до певної групи ювелірних коштовностей за ознаками походження. Якщо є сумніви стосовно віку, походження або справжності матеріалів, клейм, позначок, переходять до другої стадії, яка передбачає встановлення міри справжності та зазначення аутентичності. Підтвердження аутентичності виробу в процедурі оціночної експертизи відіграє найважливішу роль, тому що подальші дії експерта з визначення його цінності можуть не мати сенсу.

Друга стадія (основне дослідження) передбачає вибір показників аутентичності, методів їх визначення, в результаті чого складається направлення на фізико-механічні випробування або консультацію спеціаліста. Результати експертного висновку на другій стадії оціночної експертизи можуть бути також позитивними (виріб є аутентичним, аутентичність виробу є сумнівною) або негативними (виріб не є аутентичним) і у випадку необхідності може бути прийнято рішення про проведення досліджень структури та властивостей виробу для підтвердження його справжності. Таке рішення доцільно прийняти, якщо є сумніви щодо аутентичності виробу за сукупністю ознак, визначених на першій стадії, або необхідні обґрунтовані підтвердження негативного висновку.

Третя стадія оціночної експертизи спрямована на оцінку критеріїв цінності за розробленим протоколом відповідно до мети експертизи та прогнозування оціночної вартості. Попередній етап третьої стадії включає відбір критеріїв цінності стосовно виду виробу та виду вартості, що обраховується. Оцінювання критеріїв, порівняння їх з прототипами (аналогами), визначення і оцінка елементів схожості та порівняння, ранжування значущості показника відбувається на основному етапі дослідження. На заключному етапі третьої стадії дослідження обчислюються показники, які складають базову вартість, складається експертний висновок. Для досягнення прогнозу оціночної вартості ювелірних коштовностей з високою ймовірністю необхідний аналіз ринкових пропозицій та порівняння об'єктів оцінки з існуючими прототипами за вартістю. Зважаючи на це, повинен існувати механізм, який би дозволяв порівнювати вироби, враховуючи основні елементи схожості та порівняння. Для розробки такого механізму нами запропонований алгоритм встановлення елементів схожості, який складається з послідовності дій на перевірку відповідності за визначеними ознаками

При визначенні відповідності за схожістю якості передбачається збіг за 3-4 головними показниками якості. Наприклад, для великих діамантів повинні бути однакові показники за масою, огранкою, чистотою і кольором. Маса металу, навіть проба, вже не мають суттєвого значення, якщо це виріб ексклюзивний. Для того, щоб оцінити виріб, використовуючи порівняльний підхід, необов'язково шукати абсолютний аналог даної прикраси. У деяких випадках визначальною буде одна або декілька характеристик, наприклад, у простому персні без клейма виробника з великим діамантом вартість каменя буде складати більш як 90% вартості всього виробу.

Якість дорогоцінних каменів та спосіб виготовлення виробу (тиражований, одиничний, ексклюзивний) значною мірою змінює базову вартість ювелірних коштовностей і, як наслідок – ринкову вартість. Дія регулювання змін показників якості дорогоцінних каменів користуються знижками та надбавками, які наведені в прейскурантах роздрібних цін, а змін технології виготовлення – рекомендованими нами коефіцієнтами підвищення базової вартості [3].

Суттєвим моментом в оцінці аналогічних або подібних виробів є визначення основних критеріїв вибору виробів із відповідними характеристиками, які для різних груп коштовностей мають різну значущість. До них можуть бути віднесені:

- 1) для сучасних художніх виробів - автор, походження та стиль виготовлення виробу, художньо-образна виразність тощо;
- 2) для антикварних виробів – вік виробу, тираж, типовість, меморіальність, причетність до історичних подій і т. ін;
- 3) для виробів відомих торгових марок – ім'я виробника або торгового дому, автора, серійне або ексклюзивне виготовлення;
- 4) для виробів з дорогими та рідкісними ювелірними вставками - характеристики ювелірних вставок (вид, огранка, маса, колір, чистота тощо).

Запропонована нами процедура прогнозування оціночної вартості об'єктів та визначення її

достовірності передбачає аналіз ринкової вартості об'єктів-прототипів, які вже продані на ринку або визначена їх оціночна вартість на аукціонах світу [2].

Таким чином, безпечність, якість та надійність є головними проблемами ювелірних виробів. Також великою проблемою залишається стан нормативного та правового забезпечення контролю за якістю сплавів ювелірних виробів із дорогоцінних металів, а також стан законодавства у сфері технічного регулювання, стандартизації, підтвердження відповідності та захисту прав споживачів.

Список використаних джерел:

1. Артюх Т. М. Товарознавство ювелірних товарів та годинників: опорний конспект лекцій. / Т. М. Артюх – К. : КНТЕУ, 2002. – 179с.
2. Артюх Т. М. Діагностика та експертиза коштовностей: підручник. / Т. М. Артюх – К. : КНТЕУ, «Альтерпрес», 2003. – 448с.
3. Артюх Т. М. Товарознавча експертиза ювелірних коштовностей. Теорія та практика: монографія. / Т. М. Артюх – К. : КНТЕУ, 2002. – 385с.
4. Державний комітет статистики України – [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://www.ukrstat.gov.ua>
5. Луців Н.В. Проблеми та основні тенденції розвитку вітчизняного ринку ювелірних виробів / Н.В. Луців // Товарознавство та інновації – Львів, 2012. – № 4 – с.11-17.
6. На що треба звертати увагу при купівлі ювелірних виробів- [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <https://dpss-ks.gov.ua/novini/na-shho-treba-zvertati-uvagu-spozhyvachu-pri-kupivli-yuvelirnix-virobiv>

ОСОБЛИВОСТІ ВИКЛАДКИ МОЛОКА І МОЛОЧНОЇ ПРОДУКЦІЇ НА ПІДПРИЄМСТВАХ РОЗДРІБНОЇ ТОРГІВЛІ

**ЛОЗИЦЬКА О., 3 курс (ОС «бакалавр») ФУСОХТ ЧТЕІ КНТЕУ
спеціальність «Маркетинг»
наук.кер. Хотинь Л.В.**

Стаття присвячена розкриттю маркетингового впливу на споживача за допомогою загальноприйнятих технологічних прийомів. Розкрито особливості викладки молока і молочної продукції, запропоновані узагальнені рекомендації щодо організації мерчандайзингу для використання на підприємствах роздрібною торгівлі, зокрема при викладці молочної продукції.

The article is devoted to the disclosure of marketing influence on the consumer with the help of generally accepted technological techniques. The features of the calculation of milk and dairy products are revealed, generalized recommendations on the organization of merchandising for use at retail enterprises, in particular in the calculation of dairy products.

Актуальність даної теми полягає у тому, на сьогодні дуже важливо, знаючи психологію покупця, правильно подати та оформити торговельну точку задля ефективного продажу товарів, а також для складання позитивного іміджу торгової марки. Саме цим займається таке мистецтво як мерчандайзинг, що останнім часом став досить актуальним поняттям.

Метою статті є обґрунтування застосування комплексу заходів щодо викладки молока і молочної продукції, які здійснюються на підприємствах роздрібною торгівлі.

Об'єктом дослідження є особливості викладки молока і молочної продукції.

Предметом дослідження є дії, які спрямовані на просування молочної продукції та стимулювання бажань споживачів до здійснення покупок.

Питаннями мерчандайзингу та викладки молока і молочної продукції займалися вітчизняні вчені, такі як Балабанова Л. В., Виноградська А. М., Ільченко Н., О. Старицька, Т. Старицький та багато інших.

Дослідження показують, що 70% рішень про покупку того чи іншого товару приймається безпосередньо в торговельному залі магазину. Комерційна політика підприємства, що орієнтована на досягнення максимального впливу на покупця у точці продажу, ефективного просування товарів для здійснення покупок, отримала назву мерчандайзинг (merchandising). Це технологія управління думкою споживача, система маркетингових комунікацій за допомогою професійного оформлення місця продажу, позиціонування торгової марки (бренду), структурування інформації, розміщення рекламних матеріалів.

Мерчандайзинг має сенс тоді, коли ринок насичений. Його використовують при продажі кондитерських виробів, соків, алкогольних і безалкогольних напоїв, парфумерно-косметичних товарів жувальних гумок, засобів для гоління та ін. Особливо це важливо для варів імпульсного попиту. Потрібно так побудувати інформаційний вплив на споживача, котрий зайде у магазин, щоб він мимоволі підійшов до місця викладення товару і звернув на нього особливу увагу. Споживач одержить максимум інформації про його властивості, спонукальний імпульс навіть для непланових покупок.

У запровадженні мерчандайзингу зацікавлені, в першу чергу, виробники торгових марок. Це пояснюється тим, що для них небайдуже представлена їхня продукція у роздрібній мережі, оскільки в торговельному залі поряд розміщуються товари конкурентів. Тому об'єктивно виникає бажання періодично стежити за станом фірмового асортименту, який реалізується у магазині з точки зору наявності, широти найменувань, місця викладки, рекламного забезпечення, торгового оснащення. Контроль покладається на мерчандайзерів – співробітників маркетингових служб виробників.

Щоб досягнути результативності роботи для мерчандайзерів необхідні спеціальні знання та навички: умінь продавати і вести переговори з менеджерами і власниками роздрібних торгових точок; володіння основами маркетингу та інструментарієм мерчандайзингу, розуміння маркетингової стратегії своєї компанії; умінь аналізувати ринкову ситуацію, раціонально планувати свою роботу і час. Для претендентів частіше усього встановлюється іспитовий термін (наприклад, 2 місяці). Новачку розповідають про характеристики асортименту фірми, знайомлять зі стандартами продукції і новинками, дають основи психологічних знань, необхідних для спілкування з працівниками торгівлі, роз'яснюють, як правильно заповнити звіт, вивчати конкурентів. Це дає можливість швидше освоїти маркетингову політику фірми і стати більш підготовленим до самостійної професійної роботи [1, с. 487].

Мерчандайзинг є одним із найбільш неоднозначних понять у теорії маркетингу. Можна багато розмірковувати про його точне визначення. Проте ми схилиємось до визначення, що у загальному

розумінні мерчандайзинг – це комплекс заходів, що здійснюються у торговельній залі та спрямовані на просування того чи іншого товару, марки, виду або упакування, результатом якого завжди є стимулювання бажання споживачів вибрати й купити товар, що просувається [5].

Які характерні особливості мерчандайзингу? Це комплексний підхід у формуванні комунікацій, використання рекламних продуктів, потреба в координації зусиль власників магазинів з виробниками, позиціонування свого бренду за певними правилами компанії. Цільова аудиторія – покупець. Утримання мерчандайзерів і виробництва P.O.S.-матеріалів виявляється дешевшим та ефективнішим, ніж вкладення значних коштів у телевізійну рекламу. У мерчандайзингу зацікавлені великі товаровиробники – це, в основному, національні та міжнародні компанії-бренди, які намагаються забезпечити максимізацію продажів, більш повне представлення своїх товарів в магазинах шляхом побудови системи нового маркетингово напрямку. Адже відомо, що товарів, викладений на видному місці у потрібній точці продажу краще купується. Результативність досягається завдяки вмінню виробника домовлятися з магазинами, стимулювати їх як партнерів.

На розвиток вітчизняного мерчандайзингу впливають: позитивний досвід у запровадженні нових технологій та активна позиція зарубіжних компаній на ринку, необхідність посилення маркетингового впливу на споживача, намагання по-справжньому «розкрутити» бренд [1, с. 493].

Необхідність мерчандайзингу була доведена після того, як з'ясувалося, що 2/3 усіх рішень про купівлю споживачі приймають стоячи перед прилавком. Навіть якщо купівлю певного виду товару заплановано заздалегідь, 7 з 10 покупців ухвалюють рішення про вибір на користь тієї чи іншої торговельної марки безпосередньо у торговельній залі. Тобто 9 з 10 споживачів, що прийшли у магазин, не мають остаточно сформованого рішення про те, якій саме марці продукту вони нададуть перевагу. Таким чином, якщо сфокусувати увагу покупця на тій чи іншій марці або виді товару, можна збільшити їхній продаж [3].

Молочні продукти – незамінне джерело вітамінів та мікроелементів для нашого організму. Основна функція молочної продукції полягає в насиченні організму кальцієм, повноцінним білком, жирами, вуглеводами, амінокислотами, а також вітамінами A, B² і D.

До складу молочних і кисломолочних продуктів входять молоко, вершки, кефір, простокваша, йогурт, ацидофільні напої, ряжанка, кумис, сметана, сир, вироби з кисломолочного сиру, масло, а також морозиво та молочні консерви.

Відділ молочних продуктів став одним із перших підрозділів магазину, в яких почали застосовувати самообслуговування завдяки представленому в ньому широкому асортименту фасованої продукції. Постійна наявність в асортименті магазину якісних молочних товарів сприяє створенню у покупців приємного враження про магазин.

Відділ молочних продуктів переважно становить біля 5 % торговельної площі супермаркету і на нього припадає приблизно 12 % обсягів продажу магазину при питомій вазі у валовому прибутку – 19,7 %. В асортимент молочної відділу також доцільно включати яйця та соуси [4].

Перед продажем молокопродукти попередньо сортують за видами і ґатунками, перевіряють штучні та фасовані товари, зокрема стан упаковки, вагу, наявність маркування. Банки, пляшки й упаковки протирають від мастил і пилу. Вагові та штучні товари звільняють від тари і пакувальних матеріалів. Лотки з яйцями викладають з коробів і відбирають пошкоджені та ті, що не підлягають продажу. Штучні товари (одиниці розфасовки) перевіряють за такими критеріями: наявність етикеток, міцність закупорювання, цілість пакетів (відсутність протікання), повнота наповнення (для рідких) і вага.

Терміни й умови реалізації молока, молокопродуктів, сирів, морозива, харчових жирів, майонезу, яєць курячих харчових повинні відповідати вимогам нормативних документів. Поряд із молочними продуктами можуть розміщуватися хліб і хлібобулочні вироби у вакуумній упаковці, сухі суміші.

Останнім часом супермаркети використовують викладку стерилізованої молочної продукції у додаткових місцях продажу на палетах або спеціальних дискетах. При цьому нижні ряди продукції можуть не розпаковуватися, а верхні один – два яруси повинні бути викладені так, щоб покупцеві не доводилося самостійно витягувати молоко з пластика. Штабель з молочною продукцією повинен бути оптимальної висоти, щоб споживач не тягнувся або нахилився за пакетом чи пляшкою. Розміщувати поза холодильними вітринами молоко на підлозі неприпустимо.

Основні принципи розміщення молочної продукції у торговельному залі магазину, незалежно від того, як вона представлена в місці продажу (за виробниками, ціною, продуктовою групою), ґрунтуються на забезпеченні зручності вибору покупцями продукції, а саме:

- орієнтації на збільшення обсягів продажу всіх марок і упаковок молочної продукції;
- забезпеченні імпульсивних покупок;
- максимально ефективному використанні полицного простору;
- створенні максимальних зручностей покупцям у процесі купівлі.

Молоко та молочні продукти традиційно розміщують вглибині торговельного залу у зручному для покупців місці. Під молочну продукцію рекомендовано виділяти окремі місця в торговельному залі, уникаючи контакту з іншими товарами. Молочна продукція повинна бути розділена на два блоки відповідно до технології консервування та умовами зберігання. Пастеризовані продукти, що потребують зберігання при зниженій температурі, повинні бути викладені окремо від стерилізованих [4].

Згідно з розділом 2 пунктом 5 закону України «Про затвердження Правил роздрібної торгівлі продовольчими товарами» при адходженні продукції на підприємство роздрібної торгівлі обов'язково звертають увагу на стан її перевезення.

Загустілі м'які кисломолочні вироби, молоко повинні бути охолодженими. Температура в товщі морозива не повинна перевищувати: -10 °С – для загартованого морозива великої маси та -12 °С – для дрібно штучного; для м'якого морозива – не вище -5 °С ... -7 °С. Перевезення молокопродуктів здійснюється тільки спеціалізованими транспортними засобами.

Прийняті молоко і молокопродукти розміщують на короткострокове зберігання негайно при температурі охолодження не вище ніж +6 °С. Морозиво зберігають у низькотемпературних прилавках-холодильниках при температурі, яка може коливатися -14 °С ... -12 °С, не більше 48 годин.

Підготовлені до продажу молокопродукти викладають на лотки, блюда, листи та подають до торговельного залу на робочі місця, де розміщують за видами і сортами в охолоджувальних прилавках та шафах з урахуванням товарного сусідства. Молоко і молокопродукти відпускають споживачам тільки свіжими, у належному товарному вигляді, без зайвих (непередбачених) технологічних матеріалів і відходів нехарчового призначення, належним чином упакованими.

Суб'єкти господарської діяльності, які здійснюють продаж молока, кисломолочних продуктів, сирів, харчових жирів, можуть додатково продавати у відокремлених місцях (відділах, секціях) виготовлені продовольчі та супутні товари: хліб, дитяче та дієтичне харчування, ковбаси варені, майонез, кондитерські вироби, торти, морозиво, цукор, сіль та інші розфасовані продукти без специфічного запаху. За наявності належних умов і технологічного обладнання можливе приготування нескладних страв з подальшим продажем споживачам на місці: гарячого молока з печивом, вафлями, бубликами; вершків, сметани, кефіру з цукром; гарячих бутербродів з ковбасою, сиром; морозива, кондитерських виробів та тощо [2].

Отже, узагальнені рекомендації щодо викладки молочної продукції полягають у наступному:

1) розміщувати молочні продукти у вершині «золотого трикутника» поряд з м'ясною гастрономією або сирами;

2) викладати категорії у міру зростання проценту жирності відповідно до напрямку руху покупців, розпочинаючи з молока з відсотком жирності від 0,5 до 6-8 %; продовжуючи кисломолочними продуктами (ряжанка, кефір, простокваша, сметана); завершуючи вершками (також з урахуванням відсотку жирності – для кави 11%; для приготування страв та соусів – 23%; для кулінарії – 35%);

3) всередині категорії розміщувати товар від нежирних сортів до жирних (дієтичні, в тому числі кефір, іноді рекомендують викладати за убаванням відсотку жирності);

4) розміщувати продукти за товарними категоріями: найбільш «ходові» – на рівні очей; підвищеного цінового сегмента – на верхніх полицях;

5) групувати молочну продукцію за виробниками та товарними марками; викладати з урахуванням ціни (від дешевої до дорогої) і напрямом руху покупців;

6) молочні консерви розміщують залежно від їхнього призначення: в консервному відділі, в дитячому, в молочному, в кондитерському (сухі вершки можна викладати поряд із розчинною кавою);

7) доцільно використовувати для викладки молочної продукції спеціальну викладку (на палетах і дисплеях у додаткових місцях продажу).

Список використаних джерел:

1. Виноградська А. М. Технологія комерційного підприємництва: навчальний посібник. / А. М. Виноградська. – Київ : Центр навчальної літератури, 2006. – 780 с.
2. Законодавство України. Про затвердження Правил роздрібної торгівлі продовольчими товарами. [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <https://zakon1.rada.gov.ua/cgi-bin/laws/main.cgi?nreg=z0628-03>
3. Ильченко Н. Мерчандайзинг – маркетинг торгового предприятия // Маркетинг и реклама. – 2007. – № 2. – С. 26-30.
4. Навчальні матеріали онлайн. Мерчандайзинг молока та молочних товарів [Електронний ресурс]. – Режим доступу: https://pidruchniki.com/1288061061484/marketing/merchandayzing_moloka_molochnih_tovariv
5. Старицький Т. Мерчандайзинг як інструмент отримання додаткового прибутку / Т. Старицький, О. Старицька // Маркетинг в Україні. – 2008. – № 2. – С. 34-38.

ОЦІНКА ЯКОСТІ АЛКОГОЛЬНИХ НАПОЇВ

**МАТВІЇВ Б., 4 курс (ОС «бакалавр») ФУСОХТ ЧТЕІ КНТЕУ
спеціальність «Підприємництво, торгівля та біржова діяльність»,
спеціалізація «Товарознавство та експертиза в митній справі»
наук. кер. Хотинь Л. В.**

Стаття присвячена відповідності якості алкогольних напоїв та характеристиці показників оцінки якості (органолептичних та фізико-хімічних). Наведена органолептична оцінка лікєро-горілчаних виробів на прикладі балової оцінки якості даних напоїв. Розглянутий порядок маркування, пакування та зберігання лікєро-горілчаних виробів.

The article is devoted to the quality of alcoholic beverages and characteristics of the quality assessment indicators (organoleptic and physico-chemical). The organoleptic assessment of alcoholic beverages is given on the example of the score assessment of the quality of these drinks. The order of marking, packing and storage of alcoholic beverages is considered.

Актуальність даної теми полягає у тому, що значний вплив на якість алкогольних напоїв мають такі показники як сировина, технологічні процеси та умови виробництва, пакування та зберігання. Низька якість алкогольних напоїв знижує смакові та ароматичні властивості цих напоїв. Оцінка якості алкогольних напоїв дозволяє своєчасно виявити та уникнути випадків фальсифікації даних товарів.

Метою статті є характеристика оцінки якості алкогольних напоїв за допомогою органолептичних та фізико-хімічних показників, а також порядок маркування, закупорювання та зберігання лікєро-горілчаних виробів

Об'єктом дослідження є показники якості алкогольних напоїв та їх кількісне визначення.

Предметом дослідження є оцінювання якості лікєро-горілчаних виробів на прикладі балової оцінки.

Питаннями оцінки якості ковбасних виробів займалися вітчизняні вчені, такі як І. М. Задорожний, З. Я. Котова, З. В. Коробкіна, Н. О. Кузнецова, О. Л. Романенко, Т. М. Раситюк, З. П. Рачинська, П. Х. Пономарьов, О. П. Юдічева та багато інших.

Відповідно до чинного в Україні законодавства алкогольні напої – це продукти, одержані шляхом спиртового бродіння цукровмісних матеріалів або виготовлені на основі харчових спиртів з вмістом спирту

етилового понад 1,2 відсотка об'ємних одиниць, які відносяться до товарних груп Гармонізованої системи опису та кодування товарів під кодами 22 04, 22 05, 22 06, 22 08 [1, с. 198].

Лікєро-горілчані вироби – це широка група продуктів, що виробляється з різноманітної сировини (спиртовані соки, морси або настої, ароматні спирти, цукровий сироп, колер тощо) шляхом змішування компонентів (купажування) з подальшою обробкою купажу [4, с. 100].

Лікєро-горілчані вироби – це суміші різних спиртованих соків, морсів, настоїв і ароматних спиртів, які отримують переробкою плодово-ягідної та ароматичної рослинної сировини, з додаванням до неї цукрового сиропу, ефірних олій, виноградних вин, коньяку, лимонної кислоти та інших харчових продуктів, а також спирту та води.

Підприємства лікєро-горілчаної промисловості виробляють різні спиртні напої: лікєри, креми, наливки, пунші, настойки, напої десертні, аперативи, бальзами, коктейлі та напої слабоградусні газовані та негазовані.

У зв'язку з негативним впливом етилового спирту на організм людини в Україні збільшується виробництво напоїв зниженої міцності (не вище за 30% об.) лікєрів, наливок, настоек, а також нових для споживача виробів пуншів, десертних напоїв, аперитивів.

Загалом у всьому світі зменшується споживання міцних спиртних напоїв. Горілку та інші безбарвні міцні напої вживають після розбавлення, а найчастіше в складі коктейлів, наливок, лікєрів невисокої міцності [1, с. 215].

За останніми даними Всесвітньої організації охорони здоров'я (ВООЗ), середньостатистичний українець за рік споживає 15,6 л чистого спирту, причому перевагу віддає горілці, росіянин – 18 л середньоевропейське споживання – 12,2 л. У Таджикистані споживають 3,39 л, у Туреччині – 1,87 л/рік. Збільшене споживання алкоголю в Східній Європі пов'язують з більш суворими кліматичними умовами в цій географічній зоні та глибокими народними традиціями. Мусульмани здавна стримувалися від споживання алкоголю та пропагували здоровий спосіб життя.

Сировиною для одержання міцних алкогольних напоїв є етиловий ректифікований спирт і вода. Спирт, отриманий із зерна, коренеплодів, винограду, фруктів, ягід шляхом зброджування, використовується здебільшого для приготування лікєро-горілчаних виробів, коньяку та інших міцних напоїв. У технології для їх приготування використовується сільськогосподарська сировина та вода. Варто відзначити, що агротехнології постійно вдосконалюються, широко впроваджуються гербіциди, пестициди, хімічні добрива, які тією чи іншою мірою переходять у сировину, або забезпечують хімічні перетворення в ній. Хімічний склад води теж змінюється.

Специфіка якості кожного напою полягає не стільки в якості спирту та води, скільки в тих мікродомішках, які вносяться із сировиною та створюють його зовнішній вигляд, запах і смак, в загальному сенсі – його безпеку.

З точки зору оцінювання якості сучасними хімічними, органолептичними методами, стандартизованими й тими, що використовуються в практичній діяльності, доцільно розробити експрес-методи та методи, що дають можливість споживачу зробити таку оцінку.

Для надання напою певних зовнішніх якісних характеристик технологічно створюють водно-спиртовий розчин на основі плодів, овочів чи інших рослинних залишків. При цьому напій набуває ознак добавленого інгредієнта, а запах і смак спирту та води в продукті нівелюється.

Лабораторний контроль сировини дає змогу технології підприємства отримати інформацію про особливості її складу, відповідність якісним показникам технології переробки. Найголовнішу інформацію технолог отримує щодо відповідності стандартам готової продукції. Технохімконтроль стає індикатором усіх процесів і не тільки фіксує якість продукції окремих напівпродуктів, а й дає можливість попередити випускання неякісної продукції.

Оцінювання якості напоїв проводиться хімічними та органолептичними методами, визначається відповідність певним вимогам технічних умов, інструкцій, стандартів. Широко використовується інструментальне оцінювання якості – газохроматографічне спектральне визначення вмісту мікродомішок, які хімічними методами визначити не вдається. Практика використання домішок, що забезпечують заданий смак і аромат, регулює ці характеристики.

Відомо, що абсолютно чистий етанол – основа міцного напою, не створює позитив, проте мікродомішки в певних пропорціях надають букет напою. У цьому сенсі штучне внесення до складу напою кількісна та якісна добавки може створити заданий букет. Цей прийом широко використовується для розробки асортименту напоїв.

Виробники алкогольних напоїв забезпечують споживача високоякісною й безпечною продукцією. Надмірне споживання алкоголю шкодить здоров'ю – ця теза змушує виробників відповідально поставитися до безпечності алкогольних напоїв.

За оцінкою медиків, гранично допустима концентрація етилового спирту в повітрі виробничої зони не повинна перевищувати 1000мг/м³, а концентрація супутніх найбільш шкідливих домішок: альдегіду, метанолу – не більше 5мг/м³. Наркотична дія самого алкоголю значно підсилюється дією альдегіду, утвореного в результаті окиснення алкоголю в організмі.

Ураховуючи здатність водно-спиртового розчину розчиняти деякі органічні й неорганічні сполуки, слід приділяти важливу увагу як кліматичним, територіальним, часовим умовам вирощування сировини, інгредієнтів, так і воді, що добувається з надр землі, її хімічному складу.

Якість міцних алкогольних напоїв є величиною змінною та залежить від зміни якості сировини, технології та вимог споживача [3].

Оцінювання якості лікєро-горілчаних виробів починають з огляду стану їх пакування, закупорювання і маркування. Зовнішнє оформлення оцінюють як хороше, задовільне або погане. Переглядаючи пляшки з вмістом на світлі, заздалегідь встановлюють колір і міру прозорості напою, наявність каламутності, осаду,

сторонніх домішок. Після відкупорення пляшки визначають повноту наливання, переливаючи її вміст в чистий, сухий мірний циліндр. Потім частину зразка досліджують на вміст спирту, загального екстракту, цукру і кислот в перерахунку на лимонну; у горілок визначають міцність, лужність, вміст альдегідів, сивушних масел, ефіру, пробу на присутність метилового спирту [1, с. 232].

Органолептичну оцінку лікєро-горілочаних виробів здійснюють за 10-бальною системою, у відповідності з якою вищий бал для смаку – 4, для запаху – 4, кольору – 2. Мінімальна кількість балів складає: для бальзамів – 9,2; для лікерів, кремів, наливок, пуншів, настоек солодких, напівсолодких і гірких, десертних напоїв і аперитивів – 9,2; для настоек гірких слабо-градусних – 8,8 бала [2, с. 171].

Вищий бал присвоюється настойці, лікеру, наливці, якщо вони мають бездоганні прозорість і колір, відповідний еталону, округлений аромат плодово-ягідної чи ароматичної сировини, з якої виготовляються, якщо відсутні запах спирту й окремих речовин, що входять до складу напою; приємний характерний смак при переважаючому смаку основних видів сировини, за відсутності у смаку пекучості спирту й присмаку, нехарактерних для напою речовин (табл. 1) [1, с. 232].

Таблиця 1

Загальна бальова оцінка якості лікєро-горілочаних напоїв

Оцінка	Загальний бал	Умови, за яких напій одержує дану оцінку
«Відмінно»	9,2-10,0	За всіма показниками має оцінки «відмінно»
«Добре»	7,8-9,1	Має показники: «добре» і «відмінно»
«Задовільно»	6,5-7,7	Має показники: «задовільно», «добре» і «відмінно»
«Незадовільно»	Нижче 6,5	Якщо хоча б з одного показника має оцінку «незадовільно»

Іншу частину зразка піддають органолептичному дослідженню, визначаючи прозорість і колір напою, аромат і його відтінки. При випробуванні напою виявляють характерні особливості смаку (солодкий, пряно-солодкий, солодкий, злегка терпкий, гіркий, пекуче-гіркий, м'який), гармонійність основного смаку і присмаків, асиміляцію смаку спирту, відчуття консистенції напоїв (маслянистість, бархатистість, повнота смакових відчуттів), аромат і його відповідність використаній сировині, букет і асиміляцію запаху спирту.

Як споживчу тару для горілки і лікєро-горілочаних виробів в основному використовують пляшки з напівбілого або безбарвного скла. Високоякісні напої розливають в художньо оформлені (сувенірні) скляні, фарфорові і фаянсові пляшки і карафи різної форми. Для горілки використовують пляшки місткістю 0,05; 0,1; 0,25; 0,38; 0,5 і 0,75 л; бляшанки із харчового алюмінію, для лікерів, наливок, настоек – пляшки і фасонний посуд місткістю 0,05; 0,1; 0,25 і 0,5 л; для питного спирту тільки пляшки по 0,25; 0,5 і 1 л.

Скло пляшок повинне бути термічно і хімічно стійким. Стандарти передбачають допустимі відхилення фактичного об'єму пляшок від номінального.

Для закупорювання розфасованих лікєро-горілочаних виробів використовують коркові пробки сортів напівбархатна і середня, пробки з поліетилену високого тиску, пробки фарфорові або керамічні для фасонного посуду з того ж матеріалу. Останні можуть бути прив'язані шовковою стрічкою до шийки карафи, закупореного звичайним способом корковою або поліетиленовою пробкою з прокладкою з білого пергаменту і нанесенням навколо пробки обсмолю або наклеюванням товарного знака заводу-виробника.

Пляшки з горілкою і лікєро-горілочаними виробами закупорюють також кольоровими пластмасовими і алюмінієвими (що загвинчуються і що не загвинчуються) ковпачками з внутрішньою прокладкою з пластмаси або картону, покритого целофаном. Алюмінієві ковпачки бувають зовні забарвлені в різні кольори, що не тільки прикрашає пляшку, але дозволяє за кольором відрізнити одну групу напоїв від іншої. Так, у пляшок з горілкою Особлива – ковпачки з незабарвленого алюмінію, з гіркими настоянками – золотистого кольору, зі слабоградусними гіркими – зеленого кольору, з наливками і солодкими настоянками – вишневого. При запечатуванні пляшок на обсмолінні, що покриває пробку, і на закупорювальних ковпачках вказують найменування заводу-виробника, а при закупорюванні горілок ще і міцність виробу. При перевертанні пляшки не повинні текти.

Маркування горілки та лікєро-горілочаних виробів здійснюється таким чином. На лицьовому боці етикетки кожної пляшки горілки та горілочаних виробів, які реалізуються через торговельну мережу, доступний для споживача формі згідно з чинним законодавством про мови вказується:

- загальна та власна назви виробу;
- найменування виробника;
- знак для товарів і послуг;
- географічна назва місця виготовлення виробу, якщо найменування виробника не відображає місця розташування підприємства;

- міцність спирту (% об.);
- місткість посуду;
- штриховий код;
- вміст цукру (якщо це регламентується нормативними документами);
- позначення нормативного документа (для продукції вітчизняного виробництва).

Штриховий код повинен бути нанесений на лицьовому боці етикетки чи контретикетки.

На лицьовому або зворотному боці етикетки повинні бути зазначені дата виготовлення виробу, код підприємства та номер ліцензії на виробництво.

При розфасуванні в фігурний посуд етикетку наклеюють на шийку або прив'язують до нього кольоровою стрічкою або шнуром. При оформленні витриманих лікерів і горілок на експорт на плечики

пляшок вище основної етикетки наклеюють додаткову кольєретку з написом «Витриманий», «Екстра» і т.п. Повністю оформлені пляшки з горілкою і лікєро-горілочаними виробами укладають в дерев'яні, металеві, пластмасові, картонні гніздові відкриті й закриті ящики.

Оптимальна температура зберігання лікєро-горілочаних виробів 10-20 градусів, відносна вологість повітря не вище як 85(%). Забарвлені вироби необхідно зберігати в затемнених частинах складського приміщення, щоб уникнути знебарвлення, зміни кольору, помутніння і випадання каламуті в осад. При збереженні прозорості й властивого вигляду виробу забарвлення вони можуть зберігатися і більш тривалий термін.

При перевезенні, як і на складі, лікєро-горілочані напої мають знаходитися у вертикальному положенні. Під час транспортування і вантажно-розвантажувальних операцій вироби оберігають від впливу світла, низьких температур, атмосферних осадів. Постачальник повинен гарантувати відповідність виробів стандарту при дотриманні пожитачем умов зберігання.

Гарантований термін зберігання лікєро-горілочаних виробів, рахуючи з дня розливу, в місяцях:

- лікєри міцні та креми – 5;
- лікєри десертні, наливки, пунші, настойки гіркі, гіркі слаборадусні та бальзами – 5;
- настойки гіркі, приготовлені на основі коньяку та портвейну – 4;
- настойки солодкі, напівсолодкі слаборадусні, аперитиви, лікєри емульсійні, коктейлі, наливки на епиртованому сливовому соку, настойки гіркі, приготовлені на спиртованих настоях хлібних сухарів, чорного перцю, червоного перцю та інших інгредієнтів з великим змістом дубильних та барвних речовин;
- настойки слаборадусні газовані та негазовані – 3;
- напої десертні – 2 [1, с. 233].

Отже, кожний вид алкогольних напоїв повинен мати відповідні органолептичні (колір смак і аромат), а також певні хімічні показники. З фізико-хімічних показників нормується міцність, масова концентрація загального екстракту, цукру і кислот у перерахунку на лимонну.

Список використаних джерел:

5. Коробкіна З. В. Товарознавство смакових товарів: підручник. / З. В. Коробкіна, О. Л. Романенко. – К. : Київ. держ. торг.-екон. ун-т, 2003. – 379 с.
6. Сирохман І. В. Товарознавство продовольчих товарів: підручник. / І. В. Сирохман, І. М. Задорожний, П. Х. Пономарьов. – Київ : Лібра, 2000. – С. 368.
7. Сирохман І. В. Товарознавство смакових товарів: підручник. / І. В. Сирохман, Т. М. Расітюк. – Л. : Вид-во Львівської комерційної академії, 2003. – С. 428.
8. Юдічева О. П. Експертиза продовольчих товарів. Кредитно-модульний курс: навчальний посібник. / О. П. Юдічева, З. Я. Котова, Н. О. Кузнецова, З. П. Рачинська. – К. : Видавництво Ліра-К, 2014. – 248 с.

ПОКАЗНИКИ ЯКОСТІ ТА ДЕФЕКТИ КОВБАСНИХ ВИРОБІВ ПАЛІЙ О., 4 курс (ОС «бакалавр») ФУСОХТ ЧТЕІ КНТЕУ спеціальність «Підприємництво, торгівля та біржова діяльність», спеціалізація «Товарознавство та комерційна діяльність» наук. кер. Хотинь Л. В.

Стаття присвячена відповідності якості ковбасних виробів, характеристиці показників оцінки якості та дефектам ковбасних виробів, таких як органолептичні, фізико-хімічні та санітарно-гігієнічні, також визначені норми консистенції, запаху, смаку, соковитості, зовнішнього вигляду на розрізі свіжих ковбасних виробів.

The article is devoted to the quality of sausages, quality characteristics and defects of sausage products, such as organoleptic, physico-chemical and sanitary-hygienic, as well as norms of consistency, smell, taste, juiciness, appearance on the section of fresh sausages.

Актуальність даної теми полягає у тому, що підвищення якості ковбасних виробів є однією із головних задач розвитку економіки. У зв'язку із збільшенням попиту населення на якісні ковбасні вироби, постає питання у відповідності сировини, методів технологічної обробки та органолептичних показників вимогам стандартів.

Метою статті є характеристика оцінки якості ковбасних виробів, а саме за допомогою органолептичних показників, санітарно-гігієнічних показників та фізико-хімічних показників та їх дефектів.

Об'єктом дослідження є якість ковбасних виробів та перевірка її згідно вимог стандартів.

Предметом дослідження є товарознавча оцінка показників якості та порядок відбору проб ковбасних виробів.

Питаннями оцінки якості ковбасних виробів займалися вітчизняні вчені, такі як Кузнецова Н. О., Рачинська З. П., Тищенко Є. В., Рудавська Г. Б., Орлов М. П., Колтунов В. А., Мандрика В.І., Михайловський В. С., Притульська Н. В., Романенко О. Л., Салухіна Н. Г. Сидоренко О. В. та багато інших.

Ковбасні вироби – це продукти з м'ясного фаршу з сіллю і спеціями, в оболонці або без неї, піддані термічній обробці або ферментації до готовності для споживання. Вони характеризуються високою харчовою цінністю завдяки вдалому поєднанню високоякісної сировини, відповідній обробці, наявності широкого вибору продукції, яка задовольняє різноманітні потреби споживачів [3, с. 418].

Якість зразків ковбасних виробів визначають за органолептичними, фізико-хімічними та бактеріологічними показниками згідно вимог наступних стандартів: ГОСТ 23670-79, ГОСТ 16131-86, ГОСТ 16290-86, ГОСТ 20402-75, ГОСТ 16351-86, ГОСТ 16594-85, ГОСТ 18255-85, ГОСТ 18236-85, ГОСТ 18256-85, ГОСТ 17482-85, ГОСТ 9957-73, ГОСТ 10574-91, ГОСТ 9958-81.

Для оцінки якості ковбасних виробів визначають їх вид і найменування, потім визначають свіжість і наявність дефектів. Встановлюючи відмінні ознаки ковбасних виробів різних сортів і найменувань, звертають увагу на форму батона, в'язку, вид і колір фаршу на розрізі, кількість шпиків, величину і форму

його шматків, смак і запах, консистенцію.

Звертають увагу на рецептуру сировини, особливо варених ковбас, вироблених з додаванням молока, крові, субпродуктів, рослинних білків тощо.

Особливу увагу звертають на санітарний стан тари, контейнерів, тари-обладнання, вимірюють температуру у товщі батона (не вище +8°С) [4, с. 335].

Якість ковбасних виробів оцінюють за виглядом, кольором і станом поверхні, смаком і соковитістю, виглядом на розрізі (структурі і розподілу інгредієнтів) і консистенцією. За ступенем свіжості ковбасні вироби розподіляють на свіжі і несвіжі.

Оболонка свіжих ковбасних виробів повинна бути сухою, міцною, еластичною, без нальоту плісняви, вона має щільно прилягати до фаршу (за винятком целофанової). На оболонці сирокочених ковбас допускається білий сухий наліт плісняви, що не проникає під оболонку і який легко усунути протиранням. Також на оболонці допускається білий наліт (посивіння або рапа), що виникає внаслідок викристалізації солі.

Запах і смак ковбасних виробів повинен бути властивим для даного виду виробу, з ароматом спецій, без ознак затхлості, кислуватості, сторонніх смаків і запахів.

Колір фаршу має бути властивим для конкретного виду ковбас (від світло-рожевого до темно-червоного, сірий чи сіро-жовтий – для ліверних ковбас, темно-коричневий – для кров'яних ковбас), без сірих плям. Шпик – білий чи з рожевим відтінком. Допускається наявність пожовтілого шпику в кількості, встановленій нормативними документами для кожного виду ковбас.

Консистенція: для варених ковбас – еластична, не рихла, соковита; для напівкопчених – щільна, пружна; для сирокочених – щільна, тверда; для ліверних та кров'яних – така, що мається [2, с. 6].

З фізико-хімічних показників нормується масова частка вологи, куховарської солі, нітриту натрію, крохмалю.

Якість ковбасних виробів визначається комплексом медико-біологічних вимог і санітарних норм якості продовольчої сировини й харчових продуктів.

Показники якості ковбасних виробів залежать від складу і властивостей вихідної сировини, дотримання рецептур і технологій виготовлення продуктів, умов та режимів їх зберігання, дотримання санітарно-гігієнічних вимог щодо якості сировини, стану виробничих приміщень і обладнання, а також тари. Ці вимоги регламентуються технічними умовами та технологічними інструкціями, державними стандартами і відповідними законодавчими документами.

На підприємствах м'ясної промисловості контроль за якістю сировини, дотриманням технологічних режимів, якістю продукції здійснюють відділи виробничо-ветеринарного контролю (ВВВК). Вони проводять ветеринарно-санітарну експертизу, хімічний і бактеріологічний контроль сировини, допоміжних матеріалів і готової продукції.

Кожна партія ковбасних виробів підлягає органолептичному оцінюванню спеціальною комісією підприємства, яка оформлює дозвіл (свідоцтво про якість) на реалізацію продукції.

Ковбасні вироби, які мають дефекти, ознаки псування та технологічний брак, до реалізації не допускаються.

Дефекти, які перешкоджають реалізації ковбасних виробів, виникають в процесі виробництва або при неправильному зберіганні.

Забруднення батонів попелом, сажею виникають при обсмажуванні вологих батонів чи при використанні диму від смолистих порід дерев.

Оплавлений шпик чи натіки жиру під оболонкою виникають при використанні м'якого шпику, передчасним закладанням шпику в мішалку, занадто високій температурі під час обсмажування чи копчення.

Злипи (блідозабарвлені ділянки батонів у вигляді подовжніх смуг) є причиною торкання батонів один з одним під час обсмажування чи копчення.

Натіки бульйону під чи на оболонку – результат низької вологозв'язувальної здібності фаршу, використання замороженого м'яса, яке тривало зберігалось; використання м'яса з великим вмісту жиру; недостатньої витримки м'яса в посолі; перегрівання фаршу під час тонкого подрібнення в кутері; порушення послідовності закладання сировини в кутер.

Оболонка, що луснула є результатом занадто щільного наповнення батону варених ковбас при шприцюванні, варки ковбас при підвищених температурах, недоброякісної оболонки.

Прихоплені жаром кінці з'являються коли під час обсмажування температура була занадто високою; завантажування в камери для обсмажування батонів неоднакових розмірів за довжиною.

Зморшкуватість оболонки є результатом нещільного набивання батонів; охолодження варених ковбас повітрям, уникнувши охолодження водою (під душем); порушення режимів сушіння сирокочених ковбас (підвищення температури чи зниження вологості повітря).

Сірі плями на розрізі та рихлий фарш. Причинами виступають недостатня витримка мяса в посолі, висока температура в приміщенні для посолу, затримка батонів після шприцювання в приміщенні з підвищеною температурою, занадто тривале обсмажування при зниженій температурі в камері, збільшення інтервалу часу між обсмажуванням і варкою; низька температура в камері на початку варки; використання прогрітого шпику; низький вміст нітрату натрію.

Нерівномірність рисунку є наслідком недостатнього перемішування фаршу.

Пустоти в фарші (ліхтарі) більш характерні для напівкопчених і копчених ковбас. Дефект виникає внаслідок нещільного набивання батону або недостатньої витримки батонів під час осаджування.

Закал (ущільнений поверхневий шар батону) також виникає в сирокочених ковбасах через надмірне випаровування вологи з поверхні батонів при порушенні режимів копчення (зниження вологості повітря чи збільшення циркуляції повітря).

Нерівномірний або занадто темний колір є наслідком занадто тривалого копчення при підвищених температурах.

Жовтий шпик або згірклий смак шпику – використання шпику з ознаками окислювального псування.

Слиз або пліснява на оболонці, проникнення плісняви під оболонку. Такий дефект виникає через недостатню обробку батонів димом при обсмажуванні та коптінні; недотримання режимів сушіння та зберігання (підвищені температури та вологість повітря). Цей вид псування більш характерний для напівкопчених, варено-копчених та сирокочених ковбас. На оболонках ковбас можуть рости дріжджі, деякі забарвлені бактерії, утворюючи нальоти різного кольору.

Рапа (білий сільовий наліт) – характерна для сирокочених ковбас. Вона виникає при зберіганні їх при зниженій вологості повітря.

Кислий смак і запах. Дефект характерний для варених та ліверних ковбас. Визивається молочнокислими бактеріями, що зброджують вуглеводи (вони вводяться в фарш у вигляді борошна, крохмалю, рослинних добавок).

Прогірклість зумовлена гідролізом ковбасного жиру, що супроводжується утворенням альдегідів, кетонів. Ковбаси набувають прогірклого смаку, неприємного запаху, жир стає жовтим. Дефект спостерігається в усіх видах ковбасних виробів, особливо сирокочених (багаті на жир).

Сіро-зелене забарвлення ковбасного фаршу з'являється в результаті життєдіяльності бактерій, що утворюють сірководень. При поєднанні сірководню з барвними речовинами м'яса утворюється зелений пігмент. При цьому в ковбасах з'являється гідкий запах.

Дефекти ковбасних виробів розподіляють на допустимі і недопустимі.

До допустимих дефектів відносять незначну деформацію батонів, невелике забруднення жиром і продуктами горіння деревини, неправильну форму оболонки, недбалу і неправильну в'язку, невеликі видимі пустоти під оболонкою, легке потемніння поверхні батонів, незначні набряки жиру під оболонкою (1-2 см), невеликі злипи, невелику зморшкуватість оболонки; для копчених і напівкопчених ковбас – нерівномірну або недостатню прокопченість батонів.

Неприпустимими дефектами ковбас є значне забруднення сажею, смолою, попелом або жиром; батони, кінці яких не зачищені і не обгорнуті папером, сірі плями, великі пустоти, рихлий фарш; оболонка, що луснула або що розповзається; поламані батони, великі напливи фаршу на оболонку, жовтий шпик, прогірклість, зміна кольору.

Випускають в реалізацію ковбаси з температурою в товщі батонів не нижче 0°C і не вище 15°C [1, с. 64].

Під час проведення експертизи якості здійснюють відбір проб. Для контролю зовнішнього вигляду продуктів відбирають вибірку в розмірі 10 % від об'єму партії.

Для проведення органолептичних, хімічних та бактеріологічних досліджень вибірково проводять відбір одиниць попередньо відібраної продукції:

- від виробів в оболонці і продуктів із свинини, баранини, яловичини та м'яса інших видів тварин та птиці масою більше 2 кг – в кількості двох для всіх видів досліджень;
- від виробів в оболонці і продуктів із свинини, баранини, яловичини та м'яса інших видів тварин та птиці масою менше 2 кг – кількості двох для всіх видів досліджень;
- від виробів без оболонки – не менше трьох для кожного виду досліджень.

При отриманні незадовільних результатів досліджень хоча б по одному з показників проводять повторний відбір подвоєної кількості одиниць продукції. Результати повторних досліджень розповсюджуються на всю партію.

Із відібраних одиниць продукції беруть точкові проби і з них складають об'єднані проби: одну – для органолептичних досліджень, іншу – для хімічних. Маса точкових проб та середньої проби залежать від виду ковбасних виробів [5, с. 165].

Для лабораторних досліджень відбирають середній зразок за ГОСТ 9792-73. Від сосисок та сардельок проби відбирають не порушуючи цілісності одиниць продукції. Зразки звільняють від шпагату, оболонки і окремо за видами, двічі пропускають через м'ясорубку з діаметром отвору решітки 3-4,5 мм, ретельно перемішуючи. Банки, де знаходиться подрібнених фарш, зберігають на холоді до закінчення аналізу [4, с. 338].

Отже, для покращення якості ковбасних виробів потрібно, щоб фізико-хімічні, санітарно-гігієнічні, органолептичні (а саме колір, запах, смак, консистенція, вигляд на розрізі) показники відповідали визначеним нормам стандартів. Також для виготовлення якісних ковбасних виробів потрібно дотримуватись методів технологічної обробки та використовувати лише відповідну та дозволена сировину.

Список використаних джерел:

1. Винникова Л. Г. Некоторые аспекты формирования структуры колбасных изделий / Л. Г. Винникова // Мясное дело. – 2016. – №94. – С. 64-65.
2. Коваль О. А. Якість м'яної сировини. / О. А. Коваль // М'ясний бізнес. – 2017. – №12. – С. 6-9.
3. Сирохман І. В. Товарознавство продовольчих товарів: підручник. / І. В. Сирохман, І. М. Задорожний, П. Х. Пономарьов. – Київ : Лібра, 2007. – 418 с.
4. Товарознавство продовольчих товарів (лабораторний практикум): навч. посібник. / Є. В. Тищенко, Г. Б. Рудавська, М. П. Орлов та ін. – К. : Київ. держ. торг.-екон. ун-т, 2000. – 411 с.
5. Юдічева О. П. Експертиза продовольчих товарів. Кредитно-модульний курс: навчальний посібник. / О. П. Юдічева, З. Я. Котова, Н. О. Кузнецова, З. П. Рачинська. – К. : Видавництво Ліра-К, 2014. – 248 с.

ПРОВЕДЕННЯ ТОВАРОЗНАВЧОЇ ЕКСПЕРТИЗИ: СУТНІСТЬ ТА ОСНОВНІ ТОВАРОЗНАВЧІ АСПЕКТИ
РИБАК І., 2 курс (ОС «бакалавр») ФУСОХТ ЧТЕІ КНТЕУ
спеціальність «Менеджмент»,
спеціалізація «Менеджмент організації торгівлі»
наук. кер. Бозуленко О. Я.

У статті розглянуто проблеми експертизи товарів – теоретичні та методологічні засади її проведення, товарознавчих досліджень як основи експертизи товарів; ідентифікації та фальсифікації товарів, експертних досліджень споживчих товарів як інструменту впливу на їх безпечність і засіб захисту прав споживачів.

The article deals with the problems of examination of goods - the theoretical and methodological principles of its conduct, commodity research as the basis for the examination of goods; identification and falsification of goods, expert researches of consumer goods as an instrument for influencing their safety and consumer rights protection.

Актуальність обраної теми дослідження полягає в тому, що сучасний стан формування та функціонування ринку споживчих товарів в Україні має свої особливості. В умовах спаду вітчизняного виробництва товарів і появи на ринку значної кількості іноземних товарів, виникає необхідність об'єктивного оцінювання їх споживчих властивостей та якості, відповідності нормативним документам. У цих умовах товари, що реалізуються на внутрішньому ринку, не завжди у повній мірі відповідають вимогам не тільки міжнародних, а й національних стандартів. Забезпечення необхідної якості та інших споживчих характеристик товарів на всіх етапах виготовлення, зберігання, транспортування і реалізації потребують оцінювання їх відповідності до вимог нормативних документів – технічних регламентів, стандартів, технічних умов.

Метою статті є визначення підходів і методів для проведення товарознавчої експертизи товарів, а також обґрунтування доцільності їх застосування.

Об'єктом дослідження є процеси проведення товарознавчої експертизи.

Предметом дослідження є розвиток та актуальність товарознавчої експертизи.

У наш час пріоритетним напрямом розвитку товарознавства є забезпечення якості товарів і послуг, а також виявлення їх фальсифікації. Проблеми проведення експертизи товарів достатньо ґрунтовно висвітлено в наукових працях, нормативних і навчальних виданнях низки вітчизняних та зарубіжних фахівців у сфері товарознавства, зокрема таких як: А. В. Власова, Т. М. Коломієць, Н. І. Осипенко, В. А. Павлова, І. С. Полікарпов, Н. В. Прутьська, В. М. Ребицький, Н. Г. Салухіна, А. А. Самойленко, Л. Г. Елісєєва, С. О. Вілкова, М. А. Ніколаєва.

Експертна діяльність як професійна, у сфері обігу товарів стрімко прогресує. Цей розвиток пов'язаний з набуттям чинності таких законів України як: «Про захист прав споживачів», «Про основні засади державного нагляду (контролю) у сфері господарської діяльності», «Про стандартизацію», «Про захист прав споживачів» тощо, а також із посиленням конкуренції на товарних ринках; поширенням поняття «товар» на ресурси, виконані послуги, роботи, інтелектуальну власність; активізацією зовнішньоекономічної діяльності й особливо з реакцією споживачів на недоброякісність товарів.

Залежно від сфери діяльності, характеру об'єктів дослідження і застосовуваних методів, експертизи можуть бути товарознавчими (товарні), судовими, медичними, екологічними, санітарними, мистецтвознавчими та ін.

Експертиза – це дослідження будь-якого питання чи об'єкта, яке вимагає спеціальних знань, з наданням мотивованого висновку. Термін «експертиза» щодо товару або партії товару є більш новим поняттям та частіше використовуваним. Це обумовлено тим, що для товарів характерна спільність ознак, таких як одночасність виготовлення, спільність сировини та виробництва, єдині транспортні засоби доставки.

Сьогодні, на жаль, досить часто трапляються випадки, коли ми не задоволені тим товаром чи виробом, який придбали в магазині і в яких є дефект або недолік. Причому вони можуть бути виявленими не одразу, а через певний час. При поверненні до магазину такого товару, частіше за все ми отримуємо відмову, яку пояснюють тим, що при купівлі товару ніяких дефектів не було, що вони є результатом неправильного користування товаром.

Ось для таких випадків і потрібна товарознавча експертиза, яка призначається для вирішення цивільних спорів, викликаних претензіями покупців до якості придбаних ними товарів.

Під товарознавчою експертизою слід розуміти експертизу, в якій передбачається визначення тих чи інших параметрів товару, що характеризують його споживчу вартість – показників якості, наявності та причин виникнення дефектів і вад, визначення виду, сорту, марки, моделі виробу, його конкурентоспроможності, вартості, ступеня зносу тощо.

Ця експертиза дозволяє встановити причину виникнення дефекту і, таким чином, розв'язати спірну ситуацію на користь покупця або на користь магазину [1, с. 92-95].

Вирішення завдання щодо визначення вартості товарів також обумовлює необхідність товарознавчої експертизи товарів. Вартість товару зможе фахово оцінити лише експерт-товарознавець.

При проведенні товарної експертизи повинні дотримуватися принципів об'єктивності, компетентності, незалежності, системного підходу, ефективності, безпеки для споживачів і навколишнього середовища.

Залежно від суб'єктів, які проводять експертизу, вона може бути незалежною (якщо в проведенні експертизи беруть участь незацікавлені особи – третя, незалежна сторона) і залежною (якщо експертизу проводять зацікавлені особи, наприклад, співробітники торгових фірм).

У сучасних умовах при здійсненні комерційної діяльності все частіше застосовують товарну експертизу, яку можуть проводити як фізичні, так і юридичні особи. Щоб стати експертами, фізичним особам потрібно отримати статус кандидата в експерти, а потім пройти атестацію або сертифікацію в певній системі або експертній організації. Як експерти можуть бути також залучені висококваліфіковані фахівці у галузі

науки, технології, техніки, торгівлі або громадського харчування. Такі фахівці вважаються незалежними експертами [2, с. 198]. Це пов'язано з тим, що при проведенні експертизи товару зменшується ризик реалізації, виробництва та закупівлі великих товарних партій низької якості. Крім того, експертиза нових товарів допомагає вчасно виявити їх переваги та недоліки, які можна вчасно усунути, уникнувши зниження попиту та конкурентоспроможності.

Значення експертизи для комерційних організацій полягає в тому, що експертиза є ефективним засобом підвищення якості товарів і вдосконалення їх асортименту. Вона виступає як специфічний вид діяльності, пов'язаної з проведенням аналізу та оцінки споживчої якості товару з використанням експертних методів на основі досліджень та обліку результатів випробувань.

Товарознавча експертиза може проводитися через розчарованого покупця, який придбав товар поганої якості, а також на замовлення виробника або продавця, який хоче перевірити якість продукції.

Дуже часто такий вид експертиз призначають у кримінальних та судових справах, які пов'язані із розкраданням, фальсифікацією товарів та іншими злочинами. Крім вищезгаданих порушень, що призводить до явних змін якісних характеристик продукції, велика частина товарознавчих експертиз призначається під час розгляду справ, які пов'язані з поділом майна (розлучення, спадкові справи) або компенсації збитків при псуванні майна в наслідок потопу, пожежі чи іншого лиха.

Експертиза може здійснюватися як об'єктивними так і суб'єктивними методами. Об'єктивні методи вимагають складних вимірювальних приладів. Водночас органолептичні методи (недоліком органолептичних методів вважається суб'єктивність) передбачають використання лише органів почуттів. Для цієї групи методів характерні швидкість і відсутність дорогого устаткування. Призначенням соціологічних методів є установка споживчої оцінки товару [3].

У залежності від напрямів досліджень, які здійснюються з урахуванням вимог, використаних для експертної оцінки конкретного товару, товарознавча експертиза класифікується на наступні різновиди:

- 1) експертиза кількості товару;
- 2) експертиза якості товару;
- 3) експертиза комплектності товару;
- 4) експертиза споживчих властивостей товару;
- 5) експертиза новизни товару;
- 6) ідентифікація виду чи різновиду товару;
- 7) експертизи вартості (ціни) товару та ступеня її зниження;
- 8) експертиза конкурентоспроможності товару.

Процес проведення товарознавчої експертизи включає етапи, які є традиційними для даних експертиз:

1. Формулювання запитань, на які має відповісти експерт-товарознавець, та визначення предмету дослідження.
2. Бездоганне вивчення всіх документів, які мають відношення до об'єкта дослідження;
3. Аналіз об'єкта дослідження, який складається з візуального огляду та проведення спеціальних досліджень.
4. Складання та видача експертного висновку в письмовому вигляді за підписом експерта, що здійснював експертизу.

За результатами експертизи складається експертний висновок, що складається з трьох частин: вступної, де дається характеристика справи, по якій призначена експертиза, а також вказуються питання, поставлені перед експертом; дослідницької, де викладається процес експертного дослідження і його результати, дається наукове обґрунтування встановлених фактів; заключної частини – висновків, де даються відповіді на поставлені перед експертом питання. Експертний висновок носить доказовий характер при використанні його в процесі судового розгляду [4].

Таким чином, товарознавча експертиза – це дослідження якості (споживчих властивостей, нешкідливості, харчової цінності тощо), кількості та відповідності умовам нормативної документації, умовам договору партії товару з поданням мотивованого, об'єктивного, кваліфікованого висновку. Проте, якщо проводиться комплексна експертна оцінка, то об'єктом товарознавчої експертизи може стати сировина, документи, технологічні процеси, зберігання і транспортування або після продажне обслуговування. Експертиза має свою структуру, що включає кілька основних компонентів, таких як суб'єкт, об'єкт, критерії, методи, процедура та результат [5]. У загальному сенсі товарознавча експертиза – це дослідження якісних показників товару; це повний комплекс досліджень, спрямованих на визначення точних даних про продукт. Товарознавча експертиза допомагає вирішити широке коло питань: визначити якість виробів; фактори, що забезпечують збереження продукції; обставини, що спричиняють зниження якості товарів тощо. Експертиза слугує ефективним засобом підвищення якості товарів. Вона виступає як специфічний вид діяльності, пов'язаної з проведенням аналізу та оцінкою споживчої якості товару з використанням експертних методів на основі досліджень і обліку результатів випробувань. Як і будь-який вид діяльності, експертиза має свою структуру, що включає кілька основних компонентів суб'єкт, об'єкт, критерії, методи, процедуру і результат. Експертизу здійснюють кваліфіковані фахівці-експерти, які повинні добре знати досліджувані групи товарів, мати досвід роботи з оцінки їх якості.

Список використаних джерел:

1. Назаренко В. О. Формування якості товарів / В. О. Назаренко [Електронний ресурс]. – Режим доступу : http://pidruchniki.ws/10450117/tovarovnavstvo/formuvannya_yakosti_tovariv_-_nazarenko_vo.
2. Довідник товарознавця. Продовольчі товари : [навч. посіб.] / С. В. Князь, А. Г. Загородній, М. В. Римар [та ін.] ; за ред. д-ра екон.наук, проф. С. В. Князя. – Львів : Львівська політехніка, 2016. – 340 с.
3. Товароведение и экспертиза продовольственных товаров / под ред. Л. Г. Елисейевой. – М. : Международный центр финансово-экономического развития, 2006. – 800 с.
4. Офіційний сайт Київської незалежної судово-експертної установи КНЦУ [Електронний ресурс]. – Режим доступу : <https://kise.ua/golovna/tovarovnavcha-ekspertiza.html>
5. Полікарпов І. С. Товарна інформація : [підручник] / І. С. Полікарпов, О. В. Шумський. – К. : Центр навчальної літератури, 2006.

**ЗБІРНИК СТУДЕНТСЬКИХ НАУКОВИХ ПРАЦЬ
Чернівецького торговельно-економічного інституту
Київського національного торговельно-економічного
університету**

ВИПУСК XXIV

Чернівецький торговельно-економічний інститут КНТЕУ
58002, м. Чернівці, Центральна площа, 7

Відповідальні за випуск: *Кравчук Р.В., Сідуняк О.В.*

Комп'ютерна верстка та макетування: *Басняк Ю.М.*

Підписано до друку 24.06.2019

Тираж 50.