

Збірник наукових матеріалів
XXXVII Міжнародної науково-практичної
інтернет - конференції
el-conf.com.ua



«НАУКОВІ ПІДСУМКИ 2019 РОКУ»

09 грудня 2019 року

Частина 2



м. Вінниця

Наукові підсумки 2019 року, XXXVII Міжнародна науково-практична інтернет-конференція. – м. Вінниця, 09 грудня 2019 року. – Ч.2, с. 64.

Збірник тез доповідей укладено за матеріалами доповідей XXXVII Міжнародної науково-практичної інтернет - конференції «Наукові підсумки 2019 року», 09 грудня 2019 року, які оприлюднені на інтернет-сторінці el-conf.com.ua

Адреса оргкомітету:
21018, Україна, м. Вінниця, а/с 5088
e-mail: el-conf@ukr.net

Оргкомітет інтернет-конференції не завжди поділяє думку учасників. У збірнику максимально точно збережена орфографія і пунктуація, які були запропоновані учасниками. Повну відповідальність за достовірну інформацію несуть учасники, наукові керівники.

Всі права захищені. При будь-якому використанні матеріалів конференції посилання на джерела є обов'язковим.

ЗМІСТ

Економічні науки

<i>Жабур О.В.</i> ВАЛЮТНИЙ РИНОК УКРАЇНИ: ПЕРСПЕКТИВИ РОЗВИТКУ В СУЧАСНИХ РЕАЛІЯХ	5
<i>Zhyrna V.</i> ORGANIZATIONAL AND METHODOLOGICAL PRICIPLES OF ACCOUNTING, ANALYSIS AND AUDIT OF PAYMENTS WITH SUPPLIERS AND CONTRACTORS BY INTERNATIONAL STANDARTS ...	
<i>Заїчко Д.К., Кустенко В.В.</i> ОСОБЛИВОСТІ СПЛАТИ ПОДАТКУ НА ПРИБУТОК В УКРАЇНІ І СІНГАПУРІ ТА СПОСОБИ ПОКРАЩЕННЯ ОПОДАТКУВАННЯ В Україні	
<i>Зінченко К.В., Пермінова С.О.</i> ЕКОЛОГІЗАЦІЯ ВИРОБНИЦТВА У КОНТЕКСТІ ЕКОЛОГІЧНОЇ ПОЛІТИКИ УКРАЇНИ	
<i>Іванченко О.А.</i> СОЦІАЛЬНА ВІДПОВІДАЛЬНІСТЬ БІЗНЕСУ – ШЛЯХ ДО ПРЯМИХ ДОДАТКОВИХ ГРОШОВИХ НАДХОДЖЕНЬ	
<i>Ільків Л.А., Мехедок А.С.</i> ЕКОНОМІЧНІ ПРОБЛЕМИ МАРКУВАННЯ ЕКОЛОГІЧНОЇ ПРОДУКЦІЇ	
<i>Іноземцев О.О., науковий керівник Демченко О.П.</i> ОЦІНКА ОСНОВНИХ ФІНАНСОВИХ РЕЗУЛЬТАТІВ ЗЕД УКРАЇНСЬКИХ ПІДПРИЄМСТВ.....	
<i>Кіндратів В.А., науковий керівник Демченко О.П.</i> УПРАВЛІННЯ ГРОШОВИМИ ПОТОКАМИ БАНКІВСЬКОГО СЕКТОРУ УКРАЇНИ	
<i>Ковтун К.О., науковий керівник Серікова О.М.</i> ЧИННИКИ, ЯКІ НЕГАТИВНО ВПЛИВАЮТЬ НА РОЗВИТОК МАЛОГО ПІДПРИЄМНИЦТВА В Україні.....	
<i>Кожемяченко О. О., Підгорна Ю. В.</i> ЗМІНИ У ПОДАТКОВІЙ ПОЛІТИЦІ ЯК ШЛЯХ ПОДОЛАННЯ БЕЗРОБІТТЯ СЕРЕД МОЛОДІ	
<i>Котківський Д.О.</i> ФОРМУВАННЯ СИСТЕМИ УПРАВЛІННЯ ФІНАНСОВОЮ СТІЙКІСТЮ ПІДПРИЄМСТВА	
<i>Котковський В.С., Богатирьова М.О.</i> МІСЦЕ ФІНАНСОВОГО КОНТРОЛІНГУ В УПРАВЛІННІ БАНКОМ	
<i>Кравець Д. В., Чухліб А.В.</i> СТАТИСТИЧНЕ ДОСЛІДЖЕННЯ ТЕНДЕНЦІЇ ЦІН НА РИНКУ ЖИТЛОВОЇ НЕРУХОМОСТІ.....	

<i>Кукса Д.В., науковий керівник Хаджинова О.В.</i>	КОНТРОЛІНГ ЯК СИСТЕМА УПРАВЛІННЯ ПІДПРИЄМСТВОМ.....
<i>Кулик Ю.М., Письмак І.В.</i>	БАНКІВСЬКА СИСТЕМА УКРАЇНИ: ПРОБЛЕМИ ТА ПЕРСПЕКТИВИ РОЗВИТКУ
<i>Куціян М.-М.Ю., Черчик Л.М.</i>	СКЛАДОВІ ФОРМУВАННЯ АВТОРИТЕТУ КЕРІВНИКА
<i>Волкова В.В., Кучер Т.О.</i>	АНАЛІЗ УКРАЇНСЬКОГО БАНКІВСЬКОГО СЕКТОРУ
<i>Кушнір В.В.</i>	СЕГМЕНТАЦІЯ ЦІЛЬОВОЇ АУДИТОРІЇ ДЛЯ ПРОСУВАННЯ ТОВАРІВ ТА ПОСЛУГ В ІНТЕРНЕТІ.....

ВАЛЮТНИЙ РИНОК УКРАЇНИ: ПЕРСПЕКТИВИ РОЗВИТКУ В СУЧАСНИХ РЕАЛІЯХ

Жабур О. В.

*студентка економічного факультету
Ужгородський національний університет
м. Ужгород, Україна*

Валютний ринок України суттєво відображає стан економіки країни. Успішний економічний розвиток держави неможливий без добре розвиненої валютної системи, на стан якої впливає як внутрішня економічна і політична ситуація, так і зміни світової валютної системи.

Валютний ринок, як економічна категорія - це система стабільних економічних і організаційних відносин, пов'язаних з операціями купівлі-продажу іноземних валют і платіжних документів в іноземній валюті .

З фінансово-правової точки зору, валютний ринок є сукупністю соціальних відносин між уповноваженими суб'єктами, які регулюються законодавством держави, що виникає у фінансовій сфері держави і пов'язані з реалізацією діяльності з володіння, використання та розпорядження фінансовими інструментами в іноземній валюті або валютних цінностях.

Валютний ринок виступає невід'ємною складовою функціонування загального фінансового ринку країни, а ефективність його функціонування – це запорука успішної та конкурентної економіки держави та її фінансових процесів в цілому. На валютному ринку здійснюється широке коло операцій в різних сферах, які передбачають використання іноземної валюти покупцями, продавцями, посередницькими та банківськими установами, фірмами, тобто всіма суб'єктами, що функціонують в системі валютних відносин.

Для покращення стану валютного ринку України вирішальне значення займає валютна політика. Вона являє собою сукупність заходів держави та центрального банку у сфері валютних відносин з метою впливу на платіжний баланс, валютний курс та конкурентоздатність національного виробництва.

Враховуючи труднощі сучасної економічної та політичної ситуації країни, знецінення національної валюти та недовіру населення до влади, а також популяризацію використання іноземних валют для заощаджень і навіть готівкових розрахунків у малому та середньому бізнесі, що призводить до виведення української економіки в тінь, назріла потреба у проведенні державної політики, спрямованої на подолання несприятливих тенденцій у валютній системі країни.

Основними шляхами подолання проблем та покращення сьогоденного стану валютного ринку є:

- вдосконалення контролю і розробка нових методів банківського і валютного регулювання, що впливатиме на оптимізацію валютної діяльності;
- реформування банківської системи у напрямку її капіталізації та підвищення конкурентоспроможності й зміцнення позицій вітчизняних банків на валютному ринку України та у сучасному інтегрованому світі;
- вдосконалення валютного законодавства;
- вдосконалення функціонування системи інформаційного обміну [1].

Питання ліквідації чорного та сірого валютних ринків також є одним з ключових. України як асоційований член ЄС має вирішити проблему пов'язану з незаконною діяльністю неофіційних ринків. Вирішення цієї проблеми сприятиме покращенню економічного становища нашої країни, прозорості обмінних операцій, прискорить процеси інтеграції [2, с.167].

Отже, для успішного й ефективного функціонування валютного ринку необхідним є: по-перше, вдосконалення відповідної законодавчої бази; по-друге, забезпечення стабільності національної грошової одиниці та валютного курсу. Також значний деструктивний вплив становить політична ситуація на сході України, а вирішення даного конфлікту сприятиме стабілізації національної економіки, що призведе до зростання довіри іноземних інвесторів та розвитку національного господарства в цілому.

Література:

1. Павлова О.М. Сучасний стан валютного ринку України та проблеми його функціонування. URL: <http://www.economy.nauka.com.ua/?op=1&z=2046>

2. Сусіденко Ю. В. Основні тенденції розвитку валютного ринку України [Електронний ресурс] / Ю. В. Сусіденко, А. О. Яремко // «Young Scientist» • № 12 (27) • Part 2 •. – 2017. – Режим доступу до ресурсу: <http://molodyvcheny.in.ua/files/journal/2015/12/79.pdf>

UDC 657

Economics

ORGANIZATIONAL AND METHODOLOGICAL PRICIPLES OF
ACCOUNTING, ANALYSIS AND AUDIT OF PAYMENTS WITH SUPPLIERS
AND CONTRACTORS BY INTERNATIONAL STANDARTS

Zhyrna Viktoriia

*student of the Faculty of Economics and Business
Kyiv National University of Technology and Design
Kyiv, Ukraine*

In modern conditions of management in the presence of competition in the markets of the market, enterprises are forced to sell products, goods, perform works and provide services with their subsequent payment. As a result of such transactions, buyers have a payable debt, and suppliers - a receivable, which can be repaid in the terms stipulated by the sales contracts, contracts (contracts) for the execution of works (provision of services), as well as becoming doubtful and bad debt.

The presence of large amounts of receivables from the enterprise reduces the liquidity of its assets, contributes to the diversion of funds and reduces the solvency of the enterprise.

The topic of accounting and analysis of payments with buyers and suppliers in the current economic environment is particularly relevant, because when reforming accounting in accordance with international financial reporting standards, a number of new regulations and laws that directly relate to payments with customers and customers. In addition, organizations in their activities are faced with daily calculations, which raises a large number of issues accounting for certain transactions.

With the modern development of economic processes, when enterprises enter the international market and make appropriate calculations with foreign enterprises and companies, there is a need to reconcile information with creditors in the accounting and reporting of domestic and foreign companies. When considering international accounting, it should be noted that International Financial Reporting Standards (IFRSs) do not have a specific standard for accounts receivable and payables in particular. The definition, systematization and accounting procedure for accounts receivable and payable is governed by IFRS 39 Financial Instruments - Recognition and Measurement.

In accordance with IAS 39, receivables are a fixed-value, fixed-value financial asset that is not quoted in an active market. Accounts receivable (according to paragraph 9 of IAS 39) are determined at amortized cost using the effective interest method [5].

Commitment accounting begins with defining, measuring and recording it in the system of accounts. If the issue of recognition of P (C) liabilities of the IAS and IFRS is aligned (the definition of which can be defined and there is a likelihood of economic income loss due to the existing debt), there are some differences in the estimation of the liabilities. Yes, according to P (C) BO 11 [2] current liabilities are reflected in the balance sheet by the amount of repayment. According to IAS 13, certain types of liabilities can be estimated using previous estimates. In IFRS, the following types of valuation are used to analyze the carrying amount: historical cost, current cost, settlement (payment) value, present value, fair value, etc. With regard to the issue of debt relief from the balance sheet, according to the P (C) of the IAS, and IAS, it is asbolitically equal to determine the moment when the debt is written off from the balance: that is, the time when it is repaid, canceled or expired.

The assessment and analysis of payables also applies to IFRS 37 Provisions, Contingent Liabilities and Contingent Assets. The information in the financial statements on accounts receivable and payable is set out in IFRS 32 Financial Instruments - Disclosure and Presentation. According to the Ukrainian legislation, accounting of credit debt is regulated by P (C) 11 "Liabilities" [2].

The International Financial Reporting Standard (IAS) "Presentation of Financial Statements" requires disclosure in the statement of financial position of information about trade and other receivables and payables. Short-term and long-term debt should be reported as separate sections in the statement of financial position [3].

In accordance with ISA 200, "General Objectives of the Independent Auditor and Auditing in accordance with International Standards on Auditing", the audit objective is determined in the auditor's opinion on the correctness in the financial statements of the entity of payments to suppliers and contractors. During the audit of the enterprise, the auditor completes the working documentation, which is the basis for forming the audit report. Also, these documents are confirmation of auditing in accordance with International Standards on Auditing and applicable laws and regulations of Ukraine [1].

In conclusion, it should be noted that the accounting for settlements with suppliers and contractors have different and very complex legal nature, and the accounting and tax law governing such relationships contains many gaps.

Literature

1. International Auditing Standard 200 "General Objectives of the Independent Auditor and Auditing in accordance with International Auditing Standards" [Electronic resource] // Audit Chamber of Ukraine [official site]. - 2010. - Access mode: <http://www.apu.com.ua>

2. Accounting Provisions (Standard) 11 "Obligations", Approved. by the order of the Ministry of Finance of Ukraine dated 31.01.00, № 20 as amended and supplemented. from 10/01/2012

3. International Accounting Standard 13 Presentation of Current Assets and Liabilities - www.minfin.gov.ua

4. Accounting Statement (Standard) 10 "Accounts Receivable", approved. by Order of the Ministry of Finance of Ukraine No. 237 of October 8, 1999

5. International Accounting Standard 39 "Financial Instruments: Recognition and Measurement" (as amended on 01/01/2012) - www.minfin.gov.ua

6. Bezkorovina LV Features of accounting of accounts receivable and payables in domestic and foreign practice [Electronic resource] / LV Bezkorovna // Effective Economics. - 2016. - Access Mode: <http://www.m.nayka.com.ua/?op=1&j=effective-economics&s=eng&z=53>

УДК 33

Економічні науки

ОСОБЛИВОСТІ СПЛАТИ ПОДАТКУ НА ПРИБУТОК В УКРАЇНІ І СІНГАПУРІ ТА СПОСОБИ ПОКРАЩЕННЯ ОПОДАТКУВАННЯ В УКРАЇНІ

*Заїчко Д.К., Кустенко В.В.,
студенти ФЕМП
Київський національний
торговельно-економічний університет
м. Київ, Україна*

Податкова політика відіграє вагомую роль у процесах макроекономічного регулювання суспільного розвитку країни. Від рівня обґрунтованості і скоординованості справляння податків залежить інвестиційна активність економічних суб'єктів, а також економічний розвиток країни. На сучасному етапі, частина тіньової економіки в Україні складає більше 40% від ВВП (44.8% станом на 2018 рік). Причиною є небажання сплачувати податки (а саме податок на прибуток), хоча ставка не є занадто високою, в порівнянні з деякими країнами ЄС навіть меншою. Щороку на території країни створюються малі підприємства, які не декларують свій дохід через неможливість “законного” існування. Наприклад, у Сінгапурі рівень тінізації економіки складає 11,9% [1]. Таким чином випереджає навіть Німеччину. Усе це незважаючи на те, що ставка податку на прибуток майже не відрізняється від встановленої ставки в Україні. Які ж фактори вплинули на стримання тінізації економіки в Сінгапурі?

Для початку потрібно визначити, що таке податок на прибуток. Це прямий загальнодержавний податок, що сплачується з прибутку юридичної особи (підприємства). Ставка податку на прибуток у Сінгапурі складає 17%.

Стягується відсоток з доходу, який був одержаний із джерел, розташованих у Сінгапурі або з доходу, який перевели з інших країн до Сінгапуру.

Види доходів, які оподатковуються:

- Дохід від підприємницької діяльності і торгівлі
- Роялті
- Оплата праці, опціони
- Відсотки, дивіденди, рентні платежі
- Інші види доходів

Найголовніша особливість сплати податку на прибуток у Сінгапурі це наявність податкових пільг для новостворених компаній в перші три роки ведення діяльності:

- Неоподатковуються перші 100 000 сінгапурських доларів (1 759 449,28 грн.);
- Наступні 200 000 сінгапурських доларів (3 518 898,55 грн.) оподатковуються по ставці в 8,4%.

Це можливо лише за умови, якщо підприємство засновано у Сінгапурі, є податковим резидентом і має не більше 20-ти учасників. Якщо ж ці вимоги не виконуються – використовуються інші податкові ставки:

- Перші 10 000 сінгапурських доларів (175 944,93 грн.) – 4,5%;
- Наступні 290 000 сінгапурських доларів (5 102 402,90 грн.) – 8,5%;
- Більше 300 000 сінгапурських доларів (5 278 347,83 грн.) – 17% [2].

Ці пільги дають неабиякий поштовх для новостворених компаній – а саме для малого бізнесу. Навіть якщо компанія створена не в Сінгапурі, знижена податкова ставка дає змогу достатньо розвинути свій бізнес і закріпитися на ринку країни, і лише потім сплачувати податок на прибуток у повному розмірі.

В Україні таких податкових пільг не існує. Ставка податку на прибуток для підприємств - 18%. Право на його несплату мають: бюджетні установи, політичні партії, творчі спілки, релігійні та благодійні організації, пенсійні фонди, житлово-будівельні кооперативи та інші неприбуткові організації. Малі бізнеси не мають пільг та знижок. Це змушує новостворені компанії йти у тінь.

Через неправильну податкову політику у цій “тіні” знаходяться підприємства, доходи яких станом на 2018 рік сягають 174.72 млрд. дол.. За умови сплати податку на прибуток за ставкою 18%, податкові надходження склали б приблизно 750 млрд. грн., а це більше ніж 80% від усіх доходів державного бюджету за 2018 рік [3].

Для того, щоб змінити ставлення підприємців до сплати податку на прибуток, потрібно створити податкові пільги (на прикладі Сінгапуру). Для новостворених компаній, як і в Сінгапурі, не оподатковувати перші 200 000 грн. (сума вирахована за співвідношенням середньої заробітної плати в країнах). Наступні 400 000 грн. доходу оподатковувати за ставкою 9%. А якщо дохід більший за 600 000 грн. – сплачувати податок на прибуток за повною ставкою в розмірі 18%. Для малого бізнесу в Україні це може дати не тільки час для закріплення на ринку без зайвих для початку існування витрат (податків), а й можливість без податкового навантаження створювати нові філіали та розширюватись.

Аналізуючи досвід двох країн з особливостей сплати податку на прибуток, можна сказати, що податкову політику України необхідно удосконалювати та адаптувати до умов розвитку економіки, глобалізаційних викликів, міжнародних зобов'язань держави та суспільних інтересів. Державний бюджет втрачає більше 80% доходу, а рівень тіньової економіки зростає. Нами запропоновані податкові пільги для нещодавно заснованих компаній. Суми вираховані найбільш точно для вітчизняних реалій. Таким чином, стратегічними цілями щодо удосконалення податкової мають стати формування сприятливого фіскального простору для бізнесу, з метою стимулювання економічної активності.

Література:

1. http://fincan.ru/articles/95_tenevaja-ekonomika-stran-mira/
2. <http://www.dklex.ee/ukr/registratsiya-kompanij-v-onshornyh-yurisdiktsiyah/singapur/nalogooblozhenie-v-singapore.html>
3. <https://www.treasury.gov.ua/ua>

ЕКОЛОГІЗАЦІЯ ВИРОБНИЦТВА У КОНТЕКСТІ ЕКОЛОГІЧНОЇ ПОЛІТИКИ УКРАЇНИ

Зінченко К.В.

*студентка факультету
менеджменту та маркетингу*

Пермінова С.О.

*кандидат педагогічних наук,
доцент кафедри менеджменту
Національний технічний університет України
«КПІ» імені Ігоря Сікорського
м. Київ, Україна*

Питання екологізації національного виробництва зумовлено активізацією та інтенсифікацією впливу людини на навколишнє середовище. Незважаючи на те, що в Україні за останні кілька років значно скоротилося виробництво, продовжується процес деградації природно-ресурсного потенціалу. В умовах несприятливого навколишнього середовища виникають значні екологічні та соціально-економічні проблеми. Тому на сучасному етапі для України необхідним є здійснення виваженої державної політики щодо екологізації виробництва на основі використання сучасних ресурсозберігаючих та екологічно безпечних технологій, а також формування суспільної екологічної культури.

Нині головним нормативно-правовим актом в державному регулюванні цієї сфери є Закон України «Про Основні засади (стратегію) державної екологічної політики України на період до 2020 року», який припиняє свою чинність у наступному році. Однак, 1 січня 2020 року вводиться в дію ЗУ «Про Основні засади (стратегію) державної екологічної політики України на період до 2030 року». Зміст обох законів аналогічний, окрім аспектів, які були введені в останній у зв'язку з ухваленням на Саміті ООН 17 глобальних Цілей сталого розвитку на період до 2030 року, суть яких полягає у:

- формуванні в суспільстві екологічних цінностей та принципів сталого споживання і виробництва;

- забезпеченні стійкого розвитку природно-ресурсного потенціалу України;
- забезпеченні інтеграції екологічної політики у процес ухвалення рішень щодо соціально-економічного розвитку України;
- зниженні екологічних ризиків для екосистем і здоров'я населення до соціально прийняттого рівня;
- удосконаленні та розвитку державної системи природоохоронного управління.

Ці напрями окреслюють лише основні засади державної екологічної політики, а регулюванням діяльності окремих підприємств займаються місцеві органи виконавчої влади та безпосередньо керівники підприємств [1].

Аналіз сучасних найпроблемніших галузей вітчизняної економіки виявив, що найбільшими забруднювачами, за даними Державної служби статистики України, є промисловість (за обсягами викидів діоксиду вуглецю) та сільське господарство (за обсягами викидів на одного зайнятого) станом на 2018 рік.

Прикладом проведення не зовсім ефективної екологічної політики є найбільший виробник сталевого прокату в Україні, «Міттал Стіл Кривий Ріг». Починаючи з 2006 року, гірничо-металургійний комбінат інвестував в модернізацію виробництва 125-130 млн. дол. на рік. Метою цієї модернізації та реорганізації була зміна умов виробництва для скорочення кількості викидів при переробці, а також скорочення використання надмірної кількості речовини, тобто впровадження енергозберігаючих технологій.

Починаючи з 2007 року розпочалося будівництво електростанції потужністю 100 Мвт, яка мала б використовувати в якості сировини внутрішні гази комбінату [2]. Однак, будівництво досі не завершилося, тому відходи виробництва продовжують забруднювати атмосферу.

Тому пріоритетним завданням держави в цьому напрямі має стати моніторинг обсягів шкідливих викидів, контроль за станом будівництва електростанції та, можливо, часткове фінансування цього проекту.

Порівняно із країнами ЄС, Україна має невеликий досвід впровадження екологічно чистих технологій, при чому як у позитивному аспекті (збільшення кількості безвідходних виробництв), так і в негативному (впровадження екологічно чистих технологій не завжди дає позитивний економічний ефект). У зв'язку з чим, нагальним завданням держави має стати завершення етапу реформування екологічного законодавства та формування свідомості громадян.

Особливої уваги потребує регламентація засад діяльності підприємств промислової, сільськогосподарської та інших галузей, введення більш жорсткої системи штрафів за порушення законодавства в екологічній сфері, часткове делегування обов'язків щодо контролю і моніторингу у цих сферах на нижчі ланки виконавчої влади, такі як обласні та районні державні адміністрації. Тобто, виважена державна екологічна політика має ґрунтуватися, у першу чергу, на регулюванні та регламентації діяльності саме проблемних галузей.

Література:

1. Закон України «Про Основні засади (стратегію) державної екологічної політики України на період до 2030 року» [Електронний ресурс]. – Режим доступу : <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/2697-viii>
2. Електронна сторінка ПАТ «Арселор-мітал» [Електронний ресурс]. – Режим доступу : <https://corporate.arcelormittal.com/>
3. Державна служба статистики України. Викиди забруднюючих речовин та парникових газів у атмосферне повітря від стаціонарних джерел забруднення [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://ukrstat.gov.ua/>

СОЦІАЛЬНА ВІДПОВІДАЛЬНІСТЬ БІЗНЕСУ – ШЛЯХ ДО ПРЯМИХ ДОДАТКОВИХ ГРОШОВИХ НАДХОДЖЕНЬ

Іванченко О. А.

Студент кафедри інноваційного менеджменту

та міжнародної логістики

Вищий навчальний заклад

«Університет імені Альфреда Нобеля»

м. Дніпро, Україна

Актуальність дослідження проблеми соціальної відповідальності бізнесу (далі СВБ) полягає в тому, що саме від створення належного сприятливого соціального, економічного, екологічного клімату як в середині компанії так і за її межами безпосередньо та результативно вплине на зростання прибутковості підприємства, на підвищення ефективності основної діяльності компанії і позитивну прихильність ринкового простору.

СВБ – один із напрямків діяльності компанії, що має добровільну основу та передбачає участь бізнесу у вирішенні соціально-економічних, екологічних питань суспільства, які безпосередньо пов'язані з основною діяльністю суб'єкта господарювання та сприяє отриманню лояльності клієнтів і підвищенню вартості бренду.

Так, за результатами дослідження компанії Trendwatching встановлено, що 53% споживача відмовляються купувати товари і послуги у компаній, які негативно впливають на навколишнє середовище або суспільство, а 73% переконані, що бізнес повинен об'єднувати власний інтерес та інтерес суспільства, 78 % працівників компаній стверджують, що за рахунок акцентування уваги підприємства на СВБ, зокрема вирішення територіальних проблем жителів, створюється стійкий, професійний та досвідчений, конкурентоздатний кадровий потенціал.

Крім того, СВБ дозволяє компаніям ефективно і прозоро лобіювати свої інтереси за рахунок збільшення довіри і підтримки населення.

Відносно держави слід відмітити, що впровадження на підприємствах СВБ є процесом поодиноким та дуже повільним, не враховуючи той факт, що у теперішніх соціально-економічних умовах України бізнес тісно пов'язаний з територією, на якій працює. Щоб бути стійким, потрібно не тільки виплачувати всі необхідні податки, але і розуміти проблеми території та її мешканців, вибудовувати з людьми взаємини, відповідати на їхні запити. Бізнес може стабільно зростати тільки тоді, коли розвиває середовище навколо себе [1, 2].

За рахунок СВБ вітчизняні підприємства здатні досягти дві найважливіші цілі розвитку – зменшення і пом'якшення ризиків і формування позитивного іміджу в очах клієнтів, суспільства і держави

Проте, в державі структур, здатних грамотно реалізувати практику СВБ незначна кількість. Це в основному міжнародні компанії, які представлені в Україні, або найбільший вітчизняний бізнес. Відносно малого і середнього бізнесу, то треба зазначити, що він в основному оминає дане питання.

Причинами такої ситуації, яка склалася на бізнес-просторі в державі пояснюється низьким рівнем вагомості СВБ для репутації компанії, його виразом в нефінансових показниках і не здатності забезпечення швидких прямих додаткових грошових доходів.

Слід відмітити, що одне із завдань СВБ є управління більш широким переліком ризиків, що для інвесторів це компанії, що стабільно розвиваються, мають найбільш кращі та точні прогнози, більшу інвестиційну привабливість. Саме такі компанії мають інвестиційну і політичну підтримку для розвитку бізнесу.

Враховується робота в напрямку КСВ і в котируваннях акцій багатьох зарубіжних компаній, що ще більше стимулює їх розвивати напрямок.

Таким чином, з метою створення конкурентоздатного вітчизняного бізнесу необхідно поступово переходити з теоретичної площини впровадження практики соціальної відповідальності бізнесу в практичну площину, використовуючи світовий досвід та враховуючи світові тенденції. Саме такий підхід до розвитку підприємства дозволить українському бізнесу не тільки підвищити свою прибутковість, а і стати відповідним партнером у сфері бізнесу на міжнародному просторі.

Література:

1. Петроє О.М. Соціальний діалог як інструмент формування корпоративної соціальної політики: монографія / О. М. Петроє. - К.: Центр учбової літератури, 2008. – 152 с.

2. Соціальна відповідальність бізнесу: монографія / О. П. Гоголя, І. П. Кудінова ; Нац. ун-т біоресурсів і природокористування України. – Ніжин : Лисенко, 2011. – 175 с.

УДК 502.335

Економічні науки

ЕКОНОМІЧНІ ПРОБЛЕМИ МАРКУВАННЯ ЕКОЛОГІЧНОЇ ПРОДУКЦІЇ

Ільків Л.А.,

к.е.н., доцент

Мехедок А.С.

студентка 4 курсу «101-Екологія»

Національний університет

біоресурсів і природокористування України

м. Київ, Україна

Сьогоднішній стан довкілля та діяльність антропогенних факторів, які негативно впливають на біоту, екосистеми, людину та планету в цілому, заставляють ставити в пріоритеті товари та продукцію з менш негативним впливом на довкілля та здоров'я людини. Знаком екологічно чистої продукції є певне маркування, яке відповідає стандартам, вказує на певні екологічні аспекти продукції, їх переваги та знаки якості.

Міжнародна практика свідчить про те, що зарубіжні підприємства активно використовують переваги екологічного маркування, що забезпечує їм додаткову прихильність споживачів (оскільки у процесі купівлі товарів, послуг або робіт екологічне маркування може слугувати зручним і надійним інструментом реалізації вибору), підтримку з боку держави (так, наприклад, законодавством ЄС щодо екологічних стандартів передбачаються державні закупівлі тільки товарів та послуг, що пройшли добровільну екологічну

сертифікацію), формування позитивного іміджу (екомаркування може виступати додатковим визначальним критерієм при тендерному відборі, підвищувати рівень ділової репутації, корпоративної екологічної та соціальної відповідальності) та укріплення позицій на міжнародній арені (зростання рівня конкурентоспроможності продукції на зовнішніх ринках). Цей досвід має запозичуватись і розвиватись й в сучасних українських реаліях, особливо з огляду на розвиток державою зовнішньоекономічних зв'язків та прагненням вітчизняних суб'єктів господарювання до виходу на закордонні ринки [1].

Існуюча й широко використовувана практика локальних екологічних оцінок продукції (наприклад, вміст шкідливих речовин у складі виробу й ін.) і технологічних процесів (маса відходів, ступінь їх небезпеки, обсяг залучених ресурсів, зіставлення параметрів середовища з показниками ГДК) не дозволяє застосувати комплексний підхід до розв'язання завдань охорони довкілля. Відповідно застосовувані на основі таких оцінок заходи залишаються малоефективними. У зв'язку із цим підвищення об'єктивності й інформативності екологічних оцінок є досить важливим завданням [2].

З метою окреслити економічні аспекти екологічного маркування продукції в Україні, розглянемо становлення, нормативну базу, економічні проблеми, та шляхи вдосконалення політики маркування товарів в Україні.

Екологічне маркування – коротко і точно сформульований напис, символ чи зображення, що наноситься на етикетку або пакування продукції чи наводиться у документації на продукцію, технічних бюлетенях, рекламних матеріалах з метою зазначення певної екологічної характеристики продукції, компонента або пакування. Відповідність продукції встановленим екологічним критеріям підтверджується сертифікатом екологічного маркування.

Екологічне маркування продуктів несе не тільки знак якості від якого залежить стан здоров'я людини, а й важливі економічні аспекти для кожної держави. У світі не має жодної країни яка б не використовувала екологічне маркування, навіть саме примітивне, адже упаковка це перше на що звертає увагу споживач (а через високу обізнаність громадян вимоги до якості продукції зросли).

Значна частина українців у великих містах України після детального ознайомлення з технологіями виготовлення продуктів харчування й пов'язаними з ними ризиками для власного здоров'я готові перейти на екологічно чисті товари навіть за умови, що їх вартість буде вище вартості звичайних товарів. Однак розвитку цього ринку перешкоджає відсутність відповідної нормативно-правової бази, яка б регулювала весь процес виробництва й розподілу екологічно чистих товарів до їхнього продажу кінцевому споживачеві. Про це свідчать численні приклади використання в рекламних цілях декларацій на впакуваннях типу «Екологічно безпечний», «100% натуральний», «Не містить фреон», «Без хлору» і т. ін. Усі вони або нічим не підтверджені, або вводять споживача в оману.

Як свідчать опитування громадської думки, в Україні спостерігається постійне зростання попиту на екомарковану продукцію. Згідно з даними соціопитування, ціна часто вже не є основним чинником, що впливає на цей вибір. Тому, переважна більшість споживачів готові платити більш високу ціну за екомарковану продукцію [3, с.5].

У нашій країні вживаються деякі заходи нормативного характеру по вдосконалюванню підходів до екологічних оцінок на основі аналізу життєвого циклу продукції. Однак існує безліч невирішених проблем, найголовнішою з яких є фактична відсутність критеріїв оцінки. Досвід фахівців показує, що досить складно, а в деяких випадках навіть неможливо привести до єдиного формату дані, що характеризують витрати енергії, сировини, води на кожен тип продукції, а також відповідні об'єми генерації відходів.

Ще однією проблемою екологічного маркування в Україні є економічна складова. Насамперед екомаркування виступає фактом зміни ринкової кон'юнктури, інновацій на підприємствах та функціонування механізму екологічної безпеки. Екологічне маркування є наслідками змін в економічному середовищі, а саме: підвищення етичних вимог до продукції; рівня інтегрованості виробників та обслуговуючих (допоміжних, у тому числі тих, що реалізують продукцію організацій); задоволення вимог споживачів на найрізноманітнішу продукцію; глобалізації

економічного простору. Для того щоб отримати знак якості продукції, підприємству потрібно пройти ряд вимог, модернізувати процес виготовлення, пакування, вирішити проблеми скидів та викидів, і налагодити економічні сторони.

Згідно з інформацією Міжнародної організації зі стандартизації сьогодні Україна за кількістю та темпами впровадження сертифікованих систем екологічного управління відстає від розвинених країн і займає 54-те місце у світі та 27-ме в Європі. Нормативну базу в сфері екологічного маркування в Україні формують такі національні стандарти: ДСТУ ISO 14020:2003 та ДСТУ ISO 14024:2002. Якщо стандарт ДСТУ ISO 14020:2003 встановлює основні принципи розробки і застосування екологічних маркувань, як інструменту екологічного управління, то стандарт ДСТУ ISO 14024:2002 вже конкретизує ці основні принципи і є керівництвом для органу з екологічного маркування з метою здійснення сертифікації продукції зацікавлених організацій і підприємств [4, с.15].

Впровадження екомаркування тягне за собою процес інтегрованості, тобто інтернаціоналізації підприємства, і вихід його на європейський рівень. Такі стандарти як ДСТУ ISO 9000, ДСТУ ISO 14000, OHSAS 18001, HACCP, постійно оновлюються та доповнюються, і будуть вимагати виробників модернізуватися. Це тягне за собою великі економічні затрати, які можуть дозволити не всі підприємства України.

Як свідчить європейська практика, пріоритетними групами товарів та послуг, на які найбільш активно поширилась система екомаркування, за кількістю сертифікованих найменувань товарів та послуг є лаки та фарби (44%), тонкий папір (15%), копіювання та поліграфічний папір (8%). Далі в залежності від їх ваги у загальному обсязі йдуть такі групи, як тверді покриття, мийні засоби та текстиль. За показником числа отриманих ліцензій перше місце посідають туристичні та готельні послуги (34%), універсальні мийні засоби (14%), тонкий папір (7%) [5].

Екологічне маркування є ще одним щаблем для екологізації економіки. Тобто, перетворення економіки яке буде скероване на зменшення інтегрального екоруйнівного впливу господарських процесів у розрахунку на одиницю сукупного суспільного продукту. Екологізація здійснюється через систему

організаційних заходів, інноваційних процесів, реструктуризацію сфери виробництва і споживчого попиту, технологічну конверсію, диверсифікацію виробництва, трансформацію природоохоронної діяльності, які реалізуються, як на макро, так і на мікроекономічних рівнях. На сьогодні питання екологізації економіки України стає особливо актуальним. Результатом екологізації стане формування "зеленої економіки".

Отже, екологічне маркування продукції в Україні, це не тільки зниження негативного впливу на довкілля та зменшення негативної дії на здоров'я населення, а й важливий крок в бік Євроінтеграції та правового врегулювання відносин між покупцем та підприємцем. Також впровадження екомаркування дозволяє виходити продукції на Європейський ринок. Вироблення органічної продукції та екологічне її маркування для вітчизняних виробників це показник професіоналізму й економічного прогресу. Незважаючи на багато недоліків, та не доопрацювань як з економічної так і з нормативно-правової бази, впровадження екологічного маркування є надзвичайно необхідним.

Література:

1. Віхорт Ю.В. Екологічна сертифікація та маркування як інструмент регулювання національної економіки. URL: http://www.investplan.com.ua/pdf/3_2018/9.pdf
2. Берюх О.В. Екологічне маркування як інструмент державного управління. Державне управління: удосконалення та розвиток.–№5, 2011. URL: <http://www.dy.nayka.com.ua/?op=1&z=456>
3. Вічевич А.М., Екологічний маркетинг: навч. посіб. / А.М. Вічевич, Т.В. Вайданич, І.І Дідович.,А.П. Дідович .– Л.: УкрДЛТУ, 2002. – 248 с.
4. Пруцакова О. Л. Екологічне маркування безпечних для споживання товарів / О. Л. Пруцакова //Екологічний вісник.– 2004 . – N5 . – С.15-19.
5. Екологічна сертифікація та маркування послуг [Електронний ресурс] / Всеукраїнська громадська організація "Жива планета". – URL: <http://www.ecolabel.org.ua/ekologichnasertifikatsiyatamarkuvannya/ekologichnasertifikatsiyatamarkuvan nyaposlug.html>

ОЦІНКА ОСНОВНИХ ФІНАНСОВИХ РЕЗУЛЬТАТІВ ЗЕД УКРАЇНСЬКИХ ПІДПРИЄМСТВ

Іноземцев О.О.,

студент факультету економіки, менеджменту та права

Науковий керівник: Демченко О.П.

кандидат економічних наук, доцент,

Вінницький торговельно-економічний інститут

Київського національного

торговельно-економічного університету

м. Вінниця, Україна

Важливою складовою про прийняття рішення про ведення зовнішньоекономічної діяльності (ЗЕД) є її ефективність, яка визначається шляхом зіставлення досягнутого фінансового результату з витратами, яких зазнало підприємство. В умовах інтернаціоналізації бізнесу та нестабільності економічного зростання успішний розвиток зовнішньоекономічної діяльності підприємства визначається вирішенням завдань точної оцінки результативності такої діяльності та підвищення її ефективності.

Закон України «Про зовнішньоекономічну діяльність» визначає ЗЕД як діяльність суб'єктів господарювання України та іноземних суб'єктів господарської діяльності, яка побудована на взаємовідносинах між ними як на території України, так і за її межами [1, с.377].

Для оцінювання ефективності виконання зовнішньоекономічної діяльності підприємств необхідно знати та володіти інструментарієм виконання економічного аналізу, метою якого оцінка стану та визначення резервів підвищення ефективності цієї діяльності на підприємстві.

Основні фінансові показники, якими характеризується ЗЕД підприємства, наочно наведена у таблиці 1.

Участь у ЗЕД сьогодні приймає численна кількість великих і тисячі середніх підприємств. Однак, самостійний вихід на зовнішній ринок вимагає

вирішення величезного кола питань, що пов'язані з експортною діяльністю: вивчення світового ринку в цілому, вибір партнера по ЗЕД, аналіз діяльності закордонних фірм і міжнародний маркетинг, сучасні форми реалізації продукції і після продажного обслуговування [2, с.140].

Таблиця 1

Характеристика абсолютних фінансових роказників показників

Назва показника	Характеристика показника
Обсяг експорту	Визначається обсяг експорту (імпорту) товарів і послуг за звітний рік, порівнюється з експортом (імпортом) за попередній рік, а також проводиться аналіз у динаміці за кілька років. Для вивчення динаміки експорту (імпорту) протягом декількох років обчислюються темпи приросту експорту (імпорту) за кожний рік і середньорічний темп росту, приросту експорту (імпорту) за весь досліджуваний період.
Обсяг імпорту	
Обсяг накладних витрат на виконання ЗТК	Для визначення відносного рівня накладних витрат абсолютна сума цих витрат, що належать до реалізованих товарів, ділиться на вартість цих товарів. Накладні витрати збільшують собівартість товарів. Зниження накладних витрат веде до підвищення рівня ефективності експорту. Мета аналізу накладних витрат - пошук шляхів зниження цих витрат до оптимального рівня.
Кількість та сума отриманих реклаमाцій у виконанні ЗТК	Виконується кількісна та вартісна оцінка отриманих на підприємстві рекламацій при виконанні експортних операцій та порівнюється з попереднім періодом

Джерело: систематизовано автором за даними [3]

Трансформація економіки України виставляє чимало вимог до поведінки підприємств на ринку. Важливою особливістю господарської діяльності підприємств кондитерської галузі сьогодні є те, що в тут відбувається постійне посилення конкуренції.

В результаті його постійного розвитку, підприємства мають активно вирішувати питання оцінки стратегії своєї поведінки як у перспективі, так і сьогодні, а також визначати рівень своєї стійкості на цьому ринку [3, с.792].

Зокрема досить цікавим сегментом ЗЕД українських підприємств, є сфера виготовлення і експорту кондитерських виробів, де наші підприємства, займають сильні позиції у світі.

Кондитерські вироби є дуже популярними в Україні. За результатами дослідження вчених, рівень споживання кондитерських виробів складає 7,4 кг

на душу населення на рік, Україна займає 8-му позицію у світі за споживанням кондитерських виробів на душу населення. Сьогодні український ринок кондитерських виробів є практично аналогічним до європейського - асортимент налічує майже 1000 найменувань, і 90 % його належить вітчизняній продукції. Як результат, виробництво кондитерських виробів є одним з найбільш розвинутих напрямків харчової промисловості України.

Загальний обсяг виробництва складає близько 3% ВВП країни. Це пояснюється багатим потенціалом галузі, а також стратегіями розвитку підприємств цієї галузі [4, с.37].

Український кондитерський ринок представлений 710 компаніями. Основні виробники українського внутрішнього кондитерського ринку – «Конті», «Roshen», «Монделіс Україна», «Світоч», «АВК» поки що успішно випереджають іноземних виробників. Власне, останніх на нашому ринку не так і багато – голландський концерн «Марс» – традиційний лідер виробництва шоколадних батончиків і постачальник драже і цукерок ТМ Ferrero. У ряді супермаркетів представлені також шоколадні цукерки італійських компаній Sorini, Witor's, французьких – Vahlrona, Semoi, Jaquesot, Maxim's, бельгійських – Duc d'O і Hamlet., німецьких – Storck, Mauxion і P. Reber, скандинавської Fazer, швейцарських – Frey, Midor, Lindt і деяких російських – А. Коркунов, фабрика ім. Бабаєва, "Рот Фронт" та ін. Продукція усіх цих імпортерів набагато дорожча, тому не конкурентоспроможна й купується переважно на подарунок [5].

Фінансове становище підприємства – сукупність показників, які відображають наявність, розміщення та використання ресурсів підприємства, його реальні та потенційні фінансові можливості.

За фінансовими результатами лідерами за підсумками 2018 року стали «КОНТИ», «Nestlé» та «Бісквіт-Шоколад», чистий прибуток яких склав 711,34 млн. грн., 77,3 млн. грн. та 144,67 млн. грн. відповідно. У порівнянні з 2017 чистий прибуток в деяких підприємствах зменшилися, але завершили 2018 рік з позитивним фінансовим результатом, що в цілому свідчить про наявність сприятливих умов для ведення великого кондитерського бізнесу в Україні [5].

Показники фінансового результату кондитерських підприємств за період 2016 -2018 рр.

Підприємство	Фактичне значення, грн.					
	2016		2017		2018	
	Чистий дохід від реалізації	Чистий прибуток/Збиток	Чистий дохід від реалізації	Чистий прибуток/Збиток	Чистий дохід від реалізації	Чистий прибуток/Збиток
1	2	3	4	5	6	7
ПРАТ «Монделіс Україна»	4910391	51454	5368137	276249	4623412	171307
В.О. КОНТІ	3393051	268343	3554186	580345	2616316	711684
АВК	3090077	166868	3041509	162259	2767298	(1122 925)
Nestlé	799383	40650	760170	43430	831041	77025
Бісквіт-Шоколад	885144	54953	867996	40802	1020924	144670
ROSHEN	683190	6944	494762	3796	294354	34816
Полтавакондитер	363463	7720	313259	2506	393694	-
Лагода	258166	2207	224288	5114	214878	521

Джерело: обраховано автором за даними [5]

Тому, як бачимо сфера виготовлення кондитерських виробів та реалізація своєї продукції за кордон, характеризується значними фінансово-економічними результатами у ЗЕД. Отже, провівши аналіз основних фінансових результатів підприємств, що займаються ЗЕД в Україні, можемо зробити такі висновки. Українські підприємства, що займаються ЗЕД відіграють важливу роль у економіці країни, фінансові результати їх діяльності з кожним роком збільшується, паралельно із збільшенням експорту продукції з кожним роком. Тому із впевненістю можна казати, що ЗЕД буде залишатись однією із ключових ланок української економіки.

Література:

1. Закон України від 16 квітня 1991 року №959-ХІІ "Про зовнішньоекономічну діяльність", оновлення від 4 лютого 2016 року. URL: <http://sfs.gov.ua/yuridichnim-osobam>.

2. Вічевич А. М, Максимець О.В, Аналіз зовнішньоекономічної діяльності: навч. посіб., – Львів : Афіна, 2014. С. 140.

3. Маталка С.М. Управління ефективністю зовнішньоекономічної діяльності підприємств: монографія. Луганськ : Ноулідж. 2016. С. 210.

4. Решетняк К.Е. Экспортно-импортні операції як основа зовнішньоекономічної діяльності підприємства. *Управління розвитком ЗЕД*. 2017. №3. С. 30 – 32.

5. Україна. Кондитерська промисловість. URL: <http://www.meatbusiness.ua>

УДК 657

Економічні науки

УПРАВЛІННЯ ГРОШОВИМИ ПОТОКАМИ БАНКІВСЬКОГО СЕКТОРУ УКРАЇНИ

Кіндратів В.А.,

студент факультету

економіки, менеджменту та права

Науковий керівник: Демченко О.П.

кандидат економічних наук, доцент,

Вінницький торговельно-економічний інститут

Київського національного

торговельно-економічного університету

м. Вінниця, Україна

Платіжні доручення є традиційно одним із основних об'єктів діяльності комерційного банку. Змінюючи форму і вигляд під впливом технологічного та історичного прогресу, платіжні доручення, формуючи грошові потоки, представляють гроші в їх безготівковому вигляді. Основною складовою руху грошових потоків є процес глобалізації, вплив якого на грошовий ринок істотно відрізняється від впливу тих інтеграційних процесів, що відбувалися раніше.

Прихід на український ринок послуг міжнародних банківських лідерів показує, що вітчизняні банки теж залучені до змін, які зараз відбуваються на світовому ринку банківських послуг, зокрема, у глобальній платіжній системі. Банкам України необхідно відповідати тим вимогам, які пропонуються контрагентами у світовій банківській спільноті. Для цього, перш за все, необхідно створити систему міжнародних платежів, яка повинна складатися із законодавчої бази і технічно оснащеної архітектури. Разом з тим важливою складовою стратегії розвитку банківської системи України є розробка і впровадження високотехнологічних фінансових інструментів. [2, с. 110].

Грошовий потік міжнародних платежів банку як самостійний об'єкт фінансового управління, ще й досі, є недостатньо відображеним у науковій літературі, яка стосується питань фінансового і банківського менеджменту. Через це, дослідження процесів управління грошовими потоками в системі міжнародних платежів у банківській сфері України є актуальним в наш час.

Грошові потоки міжнародних платежів банківського сектора України – це специфічна система з властивими тільки їй характерними ознаками. Виходячи з вище-наведеного визначення, очевидно, що разом із приходом у банківське середовище іноземного капіталу змінюються умови роботи для вітчизняних банків [3, с.181].

Проаналізувавши фінансово-банківську статистику, яка відображена на офіційній електронній сторінці НБУ, помітно те, що в загальному обсязі операцій по картках безготівкові розрахунки складають не більш, ніж 3,5 %. Усі інші особливості, що стосуються управління грошовими потоками в банківському секторі України, наведено у Законі “Про платіжні системи і переказ грошей в Україні”.

До інфраструктури виконання міжнародних платіжних доручень обов'язково входить технічне забезпечення, основною ланкою якого є система SWIFT. В результаті проведеного дослідження були встановлені три найбільш активні у цьому плані банки: ПриватБанк, Райффайзен Банк Аваль та Укрексімбанк. Їх сумарна частка в річному трафіку України складає близько 40 % [1, с.43].

Було з'ясовано, що введення банківського ідентифікатора клієнтів, що використовується як обов'язковий платіжний реквізит в країнах ЄС – коду IBAN (International Bank Account Number) – є необхідним для української банківської практики.

Провівши дослідження руху грошових потоків у платіжних технологіях зарубіжних країн. Виявлено, що інноваційні явища у платіжному бізнесі мають транскордонний та інтернаціональний характер. Зокрема, нововведення, установлені Євросоюзом і Європейським центральним банком, активно впроваджуються у практику провідних американських банків, а правила

здійснення платежів і компенсацій американських клірингових систем широко використовуються європейськими банківськими інститутами. Таким чином, спостерігається єдиний розвиток банківського платіжного ринку, а також очевидна необхідність відповідності українських банків світовим вимогам, які постійно змінюються [2, с.108].

Зокрема фінансова статистика за 2018-2019 роки, в Україні показує, що 90 % капіталу сконцентровано у столичному регіоні та промислово розвинутих областях країни. Аналіз грошових потоків виявив, що існує постійна сезонна структура грошових потоків.

Аналіз даних свідчить, що сезонна структура грошових потоків постійна. Таким чином, спостерігається характерний значний спад ділової активності в першому календарному кварталі року (січень-березень), у травні і листопаді, а також особливе підвищення ділової активності в липні і грудні кожного досліджуваного року. Результатом якісного управління грошовими потоками із загального розміру фінансового результату прибуткових банків 4,97 млрд грн. (3/4 прибутку) припадає на 10 найприбутковіших банків, про що свідчать дані, наведені у таблиці 2 [4].

Таблиця 2

**Прибуткові банки України станом на 2019 рік
(млн грн.)**

№ пор.	Назва установи	Сума прибутку
1.	ВТБ Банк	1 026 120
2.	Промінвестбанк	874 621
3.	СітіБанк	803 625
4.	Креді Агріголь Банк	472 860
5.	ПриватБанк	387 230
6.	Інг Банк Україна	358 669
7.	Ощадбанк	340 010
8.	ПУМБ	213 402

Джерело: розроблено автором за даними [4]

Слід зазначити, що на формування грошових потоків банку значний вплив має ефективність банківського менеджменту, що передбачає досягнення цілей діяльності банку за умови раціонального використання наявних ресурсів без загрози втрати фінансової стійкості банку.

Отже, як бачимо, правильне управління грошовими потоками в банківському секторі, може посприяти покращення фінансового стану країни. Тому у банківського сектору України є високі можливості для поліпшення свого стану у світовій економіці. Зокрема поліпшення стану у сфері банківських грошових потоків, може посприяти іноземному інвестуванню з інших країн.

Література:

1. Долгалева М.А. Международные платежные поручения в банковской практике Украины. Днепр: ДНУ, 2017. С. 42-43.
2. Долгалева М.А. Развитие системы международных платежей в Украине // Академический обзор НАН Украины. 2016. № 2. С. 108-110.
3. Діяльність банків у забезпеченні сталого розвитку фінансового ринку України : монографія // за ред. проф. Коваленко В.В. – Одеса: Атлант, 2014. С.381.
4. Національний банк України [Електронний ресурс]. – [Режим доступу]: <https://www.bank.gov.ua>

УДК 338.2

Економічні науки

ЧИННИКИ, ЯКІ НЕГАТИВНО ВПЛИВАЮТЬ НА РОЗВИТОК МАЛОГО ПІДПРИЄМНИЦТВА В УКРАЇНІ

Ковтун К.О.,

студентка Торговельно-економічного коледжу КНТЕУ

Науковий керівник Серікова Ольга Миколаївна

к.е.н., доцент.

м.Київ, Україна

Постановка проблеми. Можливість підвищення ефективності підприємницької діяльності залежить від ступеня обґрунтованості стратегічних напрямів в сфері виробництва конкурентоздатної продукції і організації її просування на ринок відповідно до логіки господарської поведінки в динамічних умовах ринкової кон'юнктури. Процес економічного реформування пов'язаний із розвитком ринкової інфраструктури, активізацією конкуренції і проявом її стимулюючих інноваційних задатків, формуванням дієвих механізмів структурної перебудови

національної і регіональних економік, а також стимулюванням підприємництва, орієнтованого на створення стійких виробничо-ринкових комунікацій.

Аналіз останніх досліджень і публікацій. Різні аспекти розвитку малого підприємства в Україні досліджувалися та представлені у працях як зарубіжних, так і вітчизняних науковців, а саме: О. Варановського, Л. Воротіну, Ю. Єханурова, І. Жилиєва, А. Кисельова, І. Кузнецову, Є. Панченка, С. Реверчука, В. Сизоненка, С. Соболя, О. Титаренко, Л. Хмелевську, В. Черняка, та інших. Разом із тим чимало питань стосовно малого бізнесу в Україні на сьогодні лишаються ще не достатньо вивченими та потребують подальшого розгляду.

Метою статті є аналіз стану малого бізнесу в Україні, виокремлення основних перешкод успішній та ефективній роботі малого бізнесу і основні тенденції розвитку малого підприємництва в Україні.

Виклад основного матеріалу. Нестабільна ситуація в економіці України, що склалася на сьогодні, викликана багатьма факторами макроекономічного характеру і формує те економічне середовище, в якому доводиться функціонувати малому бізнесу. Малий бізнес є органічним структурним елементом ринкової економіки, її ведучим фактором, одним із найважливіших діючих факторів економічного розвитку суспільства, що спирається на ринкові методи господарювання.

Тому важливою умовою радикальних ринкових перебудов та реалізації стратегії економічного зростання є становлення та розвиток малого бізнесу в Україні. Саме цей сектор економіки стимулює конкуренцію, сприяє послабленню монополізму, впливає на структуру економіки та на якісну характеристику валового внутрішнього продукту, розширює сферу свободи ринкового вибору, характеризується раціональними формами управління, забезпечує швидку реалізацію інновацій. Завдяки малому бізнесу відбувається формування середнього класу, який складає соціальну базу економічної реформи, забезпечує стабільність суспільства та сприяє соціально-економічному розвитку країни.

Однак дослідження розвитку малого підприємництва в Україні свідчить про наявність проблем, а саме: недоступність до фінансових (кредитних) ресурсів, відсутність кваліфікованих кадрів, наявність адміністративних

бар'єрів тощо. Саме тому дана тематика і є досить актуальною.

Малий бізнес як суб'єкт підприємницької діяльності, що здатний забезпечувати не лише власну діяльність але й давати відповідні доходи для подальшого розвитку держави в цілому. Але загальні параметри розвитку цього бізнесу не відповідають можливостям і потребам української економіки, тому що за своїми показниками Україна відстає від розвинених країн світу через високу ресурсозатратність виробництва, застаріле власне обладнання та високу вартість імпортного обладнання. До того часу поки Україна не розпочне виготовляти власну продукцію не почне відновлювати сільське господарство, не перегляне видачу кредитних ресурсів банками на прийнятних умовах і по реальним ставкам для розвитку малого бізнесу, не перегляне законодавчу базу щодо розвитку малого бізнесу, вона не зможе конкурувати на світовому ринку. [2]

Аналізуючи нормативні акти, які регулюють діяльність малого підприємництва можна зазначити, що останніми роками різко збільшилася їхня кількість, досить часто окремі норми сформульовані нечітко, а відповідно потребує прийняття відповідних підзаконних актів та роз'яснень.

Можна зазначити про спеціальні режими оподаткування у сфері платежів таких як: єдиний соціальний внесок, податок з доходів фізичних осіб та військовий збір. Тому для зменшення витрат на сплату податків малі підприємства переходять до так званої «тінізації» зайнятості.

Досить низька частка малого бізнесу в Україні свідчить про його низький рівень у національній економіці, що спричиняє за собою низку супутніх проблем – це перш за все зайнятість населення та підвищення їх соціальних гарантій тощо. Про те інші країн світу надають усі можливості для мобільного та швидкого розвитку суб'єктів малого підприємництва, як основного двигуна національної економіки. [1]

За словами урядовців Україна у 2013 році повинна була увійти в першу сотню країн щодо легкості ведення малого бізнесу, а міністерство доходів та зборів прогнозувало збільшення кількості підприємців майже на 20 %. Тому для наглядності проаналізуємо діяльність малого бізнесу в Україні:



Висновок. Отже, на мою думку перш за все необхідно активізувати роботу державного сектору економіки з метою підтримки суб'єктів малого бізнесу наступним шляхом підтримка вітчизняного товаровиробника з метою забезпечення робочими місцями населення України, що призведе до скорочення безробіття; організація державної підготовки, перепідготовки та підвищення кваліфікації кадрів; підтримка малого бізнесу шляхом надання дешевих кредитних ресурсів банками України; надання пільг на державному рівні для новостворених суб'єктів малого підприємництва. Вжити заходів щодо розвитку малого підприємництва у сільській місцевості (розробити механізми надання матеріальної допомоги малим підприємствам, що виробляють екологічно чисту продукцію сільського господарства, займаються її переробкою та експортом; сприяти переорієнтації вивільненої робочої сили на нові види діяльності у сільському господарстві та у сфері розвитку «зеленого туризму»; Стимулювати проведення регіональних конкурсів (тендерів) щодо закупівлі товарів та надання послуг малими підприємствами за кошти державних та місцевих бюджетів, а також участь підприємців у виконанні регіональних замовлень

Література:

1. Основні показники розвитку малих підприємств [Електронний ресурс] / Держ. ком. статистики України. – Режим доступу: <http://www.ukrstat.gov.ua>

2.Щодо ефективності підтримки та перспектив розвитку малого підприємництва у регіонах [Електронний ресурс]: <https://niss.gov.ua/en/node/958>

УДК 331

Економічні науки

ЗМІНИ У ПОДАТКОВІЙ ПОЛІТИЦІ ЯК ШЛЯХ ПОДОЛАННЯ БЕЗРОБІТТЯ СЕРЕД МОЛОДІ

Кожмяченко О. О.,

старший викладач

*кафедри економіки і підприємництва
факультету менеджменту та маркетингу*

Підгорна Ю. В.,

студентка 3 курсу

факультету менеджменту та маркетингу

Національного технічного університету України

«Київського політехнічного інституту

імені Ігоря Сікорського»

м. Київ, Україна

Актуальність цієї теми полягає в значущості людського капіталу для держави. За формулою оцінки людського капіталу, яка виглядає як $\frac{ВВП}{\text{кількість населення}} \times \text{роки праці}$, вкладання ресурсів саме в молодь є надією стійкого розвитку держави, бо чим більше років пропрацює людина, тим більше економічної вигоди вона принесе державі [1].

Предметом дослідження є подолання безробіття, а об'єктом дослідження є сама молодь, за соціологічною та економічною характеристиками молоддю визначаються люди у віці від 20-21 року до 29-30 років.

Метою дослідження є аналіз змін у податковій політиці держави та шляху вирішення цієї проблеми.

На даному етапі Україна стикнулася з проблемою масової міграції робочої сили за кордон, особливо молодих спеціалістів. Саме молодь формує більшу частку робочого фонду країни та є фундаментом для створення прогресивної держави.

За даними Міністерства соціальної політики України за 2018 рік на постійній роботі за кордоном перебувало 3,2 млн українців, що складає 18% всього населення, з них частка молоді у віці від 18 до 29 років складає 55% [1]. Показники трудової міграції населення з кожним роком зростають, що спричиняє зниження демографічних показників, а так як в нашій країні народжуваність на досить низькому рівні, при високому рівні смертності [2], то трудова еміграція є однією з основних причин стрімкої депопуляції населення. Тому в майбутньому ці втрати потрібно буде компенсувати, але наша країна не відноситься до економічно розвинених, тому вона не є привабливою для іноземних мігрантів, а отже трудові ресурси країни будуть скорочуватись, а це, в першу чергу, відобразиться на погіршенні економічного стану країни та зниженні рівня ВВП, так, наприклад, від виїзду одного українця держава втрачає 6 тисяч доларів [3].

Основними причинами зростання чисельності трудових емігрантів є низький рівень заробітної плати, значні масштаби безробіття, нестабільність розвитку вітчизняної економіки та небажання працедавців брати на роботи молодих спеціалістів. Проте саме освічена молодь є найціннішим трудовим ресурсом, бо інтелектуальна міграція позбавляє країну мобільної та конкурентоспроможної частини наукового потенціалу, що, в свою чергу, є причиною зниження конкурентоспроможності держави на світовому ринку. Молоді люди не бачать перспективи для розвитку в даних умовах, тому вони шукають кращі умови за кордоном, де б вони змогли повністю реалізувати свій потенціал. А саме такі цілеспрямовані та освічені кадри необхідні для побудови прогресивної та економічно розвинутої держави.

Базуючись на цих даних у Верховній раді було зареєстровано законопроект, за яким передбачається звільнення роботодавців від сплати єдиного соціального внеску на працівників віком до 27 років, а також встановлення нульової ставки на податок на доходи фізичних осіб для таких працівників [4]. Таким чином це стимулюватиме активніше приймати на роботу молодих людей та студентів, що в свою чергу спонукатиме українців залишатися працювати на Батьківщині,

оскільки вони будуть звільнені від сплати податку на доходи, зробить український ринок праці більш привабливим для іноземців, призведе до детінізації ринку праці та доходів населення, стимулюватиме входження іноземних інвестицій в Україну та розвиток малого та середнього бізнесу з використанням праці молодих спеціалістів. Але є й негативні наслідки прийняття цього закону: в першу чергу, знизяться надходження до державного бюджету, також до 27 років за кожним працівником не будуть нараховуватись кошти до Пенсійного фонду та Фонду соціального страхування, а за змінами у Законі України «Про пенсійне забезпечення» мінімальний стаж для отримання пенсії, з урахування щомісячних надходжень до фондів, для жінок складає 20 років, для чоловіків 25 років [5]. Тобто молоді спеціалісти будуть в майбутньому переробляти майже на 10 років більше задля можливості отримувати гідну пенсію. Але, на мою думку, на фоні таких значних переваг, які були перераховані, це недолік є не занадто суттєвим.

Отже, враховуючи все вище сказане, можемо прийти до висновку, що ринок праці в Україні знаходиться в кризовому стані та є досить не конкурентоспроможним. З кожним роком країна втрачає все більше освічених та кваліфікаційних кадрів, які є науковим потенціалом України та які можуть своєю інноваційною та прогресивною діяльністю стабілізувати економіку країни. Але уряд України не стоїть без діла, переймаючи досвід іноземних колег, до Конституції України вносяться нові законопроекти та зміни до старих законопроектів, що в майбутньому стимулюватиме робочий потенціал країни не покидати Батьківщину, а працювати задля створення благ на рідній землі.

Внаслідок проведених досліджень, автор прийшов до висновку, що зміни у податковій політиці держави допоможуть подолати проблему безробіття молоді в Україні.

Література:

1.Офіційний веб-портал «Міністерство соціальної політики України» [Електронний ресурс]: нормативна база. – Режим доступу: <https://www.m-sp.gov.ua/main/Normativna-baza.html>

2.Офіційний веб-сайт «Державна служба статистики України» [Електрон-

ний ресурс]: статистичні інформація / демографічна та соціальна статистика / населення та міграція. – Режим доступу: http://www.ukrstat.gov.ua/operativ/operativ2018/ds/pp_nas/arh_pp_nas2018_u.html

3.Офіційний веб-сайт «Мінфін» [Електронний ресурс]: Без податків: чи залишиться молодь в Україні. – Режим доступу: <https://minfin.com.ua/ua/2019/10/-23/39465846/>

4.Офіційний веб-портал [Електронний ресурс]: проект Закону про внесення змін до Податкового кодексу України (щодо сприяння працевлаштуванню студентів та молодих спеціалістів, детінізації ринку зайнятості та доходів населення, зупинення відтоку українських спеціалістів за кордон). – Режим доступу: http://w1.c1.rada.gov.ua/pls/zweb2/webproc4_1?pf3511=67051

5.Офіційний веб-портал «Верховна рада України. Законодавство України» [Електронний ресурс]: Закон України «Про пенсійне забезпечення». – Режим доступу: <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/1788-12>

УДК 336.1:338

Економічні науки

ФОРМУВАННЯ СИСТЕМИ УПРАВЛІННЯ ФІНАНСОВОЮ СТІЙКІСТЮ ПІДПРИЄМСТВА

Котківський Денис Олександрович
студент факультету економіки та бізнесу
Київського національного
університету технологій та дизайну
м. Київ, Україна

Сучасний етап розвитку національної економіки характеризується мінливістю, непередбачуваністю та соціально-політичною нестабільністю. Українські підприємства стикаються з багатьма проблемами, пов'язаними з дефіцитом фінансових ресурсів, посиленням інфляційних процесів, невизначеністю ринкової ситуації, посиленням конкурентної боротьби, мінливістю чинників зовнішнього середовища.

В зазначених умовах ефективність управління діяльністю підприємств передбачає забезпечення максимізації прибутку в короткостроковому періоді, а також підвищення ринкової вартості підприємства, підтримки стану фінансової стабільності та рівноваги у довгостроковій перспективі, що обумовило вибір теми дослідження.

Необхідною умовою забезпечення фінансової стійкості підприємства є якісний фінансовий менеджмент як система, що складається з комплексу дій, принципів, методів розробки та реалізації управлінських рішень, спрямованих на забезпечення фінансової стійкості. Ефективне фінансове управління дозволяє формувати ресурсний, виробничий, фінансовий, кадровий, технологічний, інноваційний потенціал та забезпечувати необхідний рівень кредитоспроможності підприємства, його стабільний перспективний економічний розвиток.

Фінансово стійким є підприємство, яке за рахунок власних активів спроможне забезпечити запаси, не допустити невинуватого кредиторської заборгованості, своєчасно розрахуватися за своїми зобов'язаннями [1, с. 354]. Фінансова стійкість є якісною характеристикою фінансового стану підприємства, а також умовою життєдіяльності й основою стабільності фінансового стану підприємства в ринковій економіці.

Ефективне управління фінансовою стійкістю забезпечує можливість підприємства адаптуватися до умов зовнішнього середовища та контролювати ступінь його незалежності від зовнішніх джерел фінансування. Забезпечення фінансової стійкості підприємства передбачає формування відповідної системи управління, здатної створити синергетичний ефект взаємодії всіх елементів, які беруть участь у процесі управління фінансовою стійкістю підприємства.

Систему забезпечення фінансової стійкості можна визначити як сукупність форм, методів, прийомів, важелів, норм і нормативів, а також нормативно-правового, інформаційного, програмно-технічного та кадрового забезпечення, за допомогою яких на підприємстві досягається такий стан фінансових ресурсів, їх формування, розподілу та використання, що дозволяє підприємству розвиватися на основі зростання прибутку і капіталу при

збереженні платоспроможності та кредитоспроможності в умовах допустимого рівня ризику [2]. Система управління фінансовою стійкістю підприємства є частиною загальної системи управління підприємством, що забезпечує вплив на чинники, від яких залежить загальний результат діяльності суб'єкта економіки.

Процес формування ефективної системи управління фінансовою стійкістю підприємства передбачає наступні етапи: (1) визначення цілей, об'єктів і суб'єктів управління; (2) структуризація та оцінювання об'єкта управління; (3) визначення методів управління; (4) розробка стратегії забезпечення фінансової стійкості підприємства; (5) реалізація стратегії; (6) моніторинг ефективності стратегії.

Слід зазначити, що стратегія забезпечення фінансової стійкості підприємства повинна узгоджуватись із генеральною стратегією підприємства. Декомпозиція стратегії управління фінансовою стійкістю підприємства передбачає виокремленням стратегічних цілей першого та нижчих порядків. До основних стратегічних цілей забезпечення фінансової стійкості підприємства першого порядку відносяться збалансованість: (1) активів і пасивів; (2) доходів і витрат; (3) грошових потоків підприємства [2, 3].

В цілому, використання системи управління фінансовою стійкістю підприємства за цілями дозволяє більш ефективно розпізнавати наявні проблеми та розробляти заходи щодо їх усунення. Формування системи стратегічних цілей управління фінансовою стійкістю підприємства має охоплює всі основні проблеми, пов'язані з управлінням фінансовою стійкістю, що забезпечить оптимізацію структури фінансових ресурсів, довгострокову ефективність використання наявних та потенційних ресурсів.

Застосування чіткої послідовності формування системи управління фінансовою стійкістю підприємства здатна забезпечити ефективність управління його фінансовою стійкістю. Реалізація стратегічних цілей на основі застосування відповідних заходів забезпечує стабільність функціонування та розвитку підприємства в складних економічних умовах.

Література:

1. Цал-Цалко Ю. С. Фінансовий аналіз : Підручник / Ю. С. Цал-Цалко, Ю. Ю. Мороз., Л. А. Суліменко - Вид. 5-є, доповнене. - Житомир: ЖОО ГО «Спілка економістів України», 2012. – 609 с.

2. Притуляк Н. М. Ознаки фінансової стійкості – теоретична основа моделювання факторних систем / Н. М. Притуляк // Економіка. Фінанси. Право. – № 1, 2013. – С. 26-31.

3. Косарева І.П. Механізм управління фінансовою стійкістю підприємства / І.П. Косарева, А.С. Бут // Молодий вчений. – № 4 (44), 2017. – С. 678-682.

УДК 336.71.078.3

Економічні науки

МІСЦЕ ФІНАНСОВОГО КОНТРОЛІНГУ В УПРАВЛІННІ БАНКОМ

Котковський В. С.

*доктор екон. наук, доцент, доцент кафедри
соціально-політичних та економічних дисциплін,*

Богатирьова М. О.

*старший викладач кафедри
соціально-політичних та економічних дисциплін,
Криворізький факультет Національного університету
«Одеська юридична академія»
м. Кривий Ріг, Україна*

Проблема фінансового контролінгу у банку не є новою, але потребує осучаснення та оновлення, оскільки банківські установи адаптують різні методи управління фінансовою діяльністю, яка потребує постійного контролю з боку фахівців банку.

Розробкою теоретичних і практичних засад системи фінансового контролінгу займалися: І.Є. Давидович [1], С.В. Івахненко [2], Ю.П. Яковлєв [3], М.С. Пушкар та Р.М. Пушкар [4], І.І. Цігилик [5], Г.Ф. Шепітко [6], С.Н. Петренко [7], Л.А. Сухарева [8] та інші.

Основним завданням дослідження виступає розробка структурно-логічної

схеми місця фінансового контролінгу в управлінні банком.

Для досягнення головної мети діяльності банку в контексті максимізації прибутку, необхідно систематично застосовувати інструменти фінансового контролінгу як з позиції оперативного, так і з позиції стратегічного управління. Як показує банківська практика, фактично в процесі управління банком, фінансовий контролінг займає одну з ключових позицій, зокрема, місце «посередника» у процесі отримання інформації та прийняття рішень. Саме на даному етапі банківського менеджменту виникає доцільність та необхідність застосування різного виду інструментарію фінансового контролінгу.

Структурно-логічна схема місця фінансового контролінгу в управлінні банком представлена на рисунку 1. Зі схеми, на думку авторів, випливає те, що фінансовий контролінг як процес посідає особливе місце в банківській діяльності, пов'язуючи всі функції управління та забезпечуючи зворотній зв'язок між ними, зводячи до мінімуму втручання найвищої керівної ланки банку у поточному процесі.



Рис. 1. Структурно-логічна схема місця фінансового контролінгу в

управлінні банком

Дослідження доводять, що особливу увагу доцільно приділити ризикам банківської діяльності. Мається на увазі впровадження інструментів ризик-контролінгу. Ми поділяємо думку багатьох фахівців практиків банківської справи стосовно того, що дієвість служби контролінгу залежить від якісно обраної тактики управління, яка націлена на досягнення конкретних результатів бізнесу за рахунок комплексного використання методів оперативного і стратегічного менеджменту.

Враховуючи вищевикладене, за результатами проведених досліджень варто зробити ряд висновків: по-перше, фінансовий контролінг займає доволі помітне місце в управлінському циклі банку; по-друге, вітчизняним банкам необхідно впроваджувати інструменти оперативного фінансового контролінгу; по-третє, адаптація фінансового контролю має проводитися вітчизняними банками за допомогою методів та інструментів; по-четверте, метод фінансового контролінгу варто розуміти з позиції стратегічного завдання банку, а інструменти залучати як тактику, націлену на досягнення стратегічної мети.

Література:

1. Давидович І. Є. Контролінг : [навч. посіб.] / І. Є. Давидович. – К.: Центр учбової літератури, 2008. – 552 с.
2. Івахненко, С. В. Фінансовий контролінг: методи та інформаційні технології: [навч. посіб.] / С. В. Івахненко, О. В. Мелих. – К.: Знання, 2009. – 319 с.
3. Яковлев Ю. П. Контролінг на базі інформаційних технологій / Ю. П. Яковлев. – К.: Центр навчальної літератури, 2006. – 318 с.
4. Пушкар М. С. Контролінг – інформаційна підсистема стратегічного менеджменту : [монографія] / М. С. Пушкар, Р. М. Пушкар. – Тернопіль.: Карт-бланш, 2004. – 370 с.
5. Цигилик І. І. Контролінг (навчальний посібник у схемах і таблицях): [навч. посіб.]. – К.: Центр навчальної літератури, 2004. – 76 с.

6. Шепітно Г. Ф. Контролінг: посібник (для студентів економічних спеціальностей усіх форм навчання). – К.: Вид-во Свроп. ун-ту, 2004. – 136 с.

7. Петренко С. Н. Контроллінг / Учебное пособие. – К.: Ника-Центр, Эльга, 2003. – 328 с.

8. Сухарева Л. А., Петренко С. И. Контроллінг – основа управління бізнесом. – К.: Эльга, Ника-Центр, 2002. – 208 с.

УДК 332.6

Економічні науки

СТАТИСТИЧНЕ ДОСЛІДЖЕННЯ ТЕНДЕНЦІЇ ЦІН НА РИНКУ ЖИТЛОВОЇ НЕРУХОМОСТІ

Кравець Д. В.

студент факультету аграрного менеджменту

Чухліб А. В.

канд. екон. наук, доцент

доцент кафедри статистики та економічного аналізу

Національний університет

біоресурсів і природокористування України

м. Київ, Україна

Характерними ознаками формування та функціонування ринку житлової нерухомості виступають нерівномірність його розвитку та невисока платоспроможність населення. На сьогодні актуальним питанням є дослідження стану та розвитку ринку нерухомості, динаміки цін на житлову нерухомість та чинників, що впливають на їх зміну.

Проблемні питання формування ринку нерухомості висвітлені в працях таких науковців, як: І. Т. Балабанов, А. Ю. Бережна, Н. М. Бурханова, Н. І. Верхоглядова, В. О. Воронін, Є. В. Галицька, О. А. Гриценко, Т. І. Даниленко, А. В. Карасьов, М. М. Мамчин, Ю. В. Пашкус, Н. А. Петрищенко, Є. А. Свистун, О. Ю. Щеглова та інші вчені.

Дослідження динаміки рівня цін на житлову нерухомість здійснюється з використанням індексу цін на житло (табл. 1).

Індекс цін на житло — відсотковий показник, що характеризує зміни у часі рівня цін на житлову нерухомість, яка є об’єктом купівлі-продажу, при здійсненні операцій з реалізації житла юридичними або фізичними особами.

Слід зазначити, що індекси цін на житлову нерухомість розраховуються окремо на первинний та на вторинний ринок житла (рис. 1-2). Розрахунок здійснюється на підставі товару - представника – квартири з відповідною кількістю кімнат в будинках певного виду, що призначена для продажу на первинному або вторинному ринку житла.

Таблиця 1

Загальний індекс цін на житлову нерухомість за 2016 – 2019 рр., %

Рік	I квартал	II квартал	III квартал	IV квартал	За рік
2016	101,0	96,9	100,0	104,3	102,1
2017	101,1	100,6	100,3	102,3	104,4
2018	102,0	100,9	100,4	101,7	105,1

Аналізуючи дані таблиці 1 слід зазначити, що протягом 2016 р. ціни на житлову нерухомість підвищились на 2,1%, за 2017 р. – на 4,4%, за 2018 р. – на 5,1% .

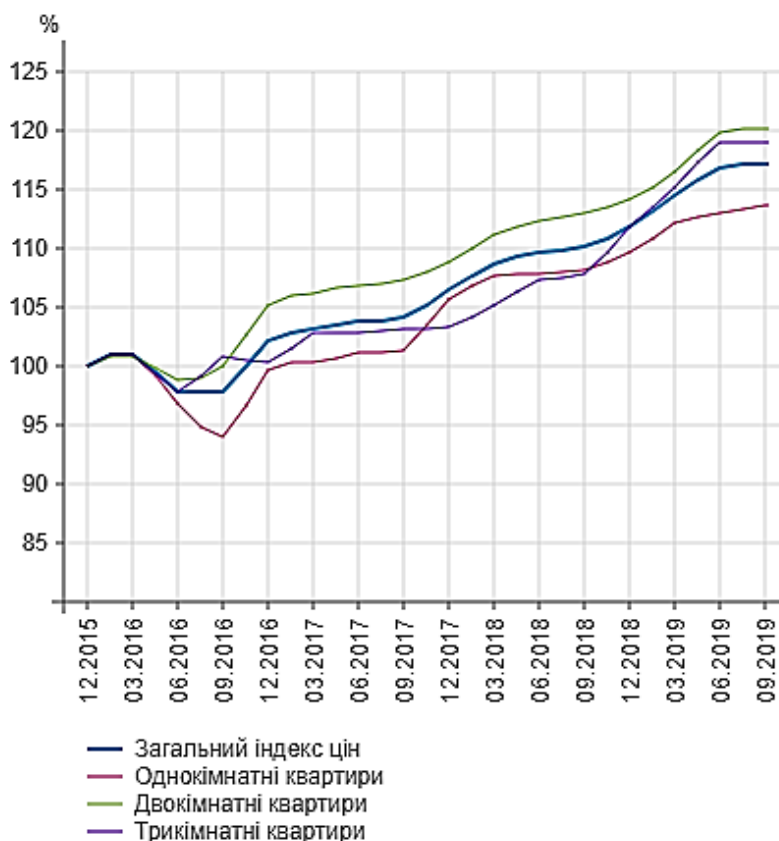


Рис. 1. Динаміка індексу цін на первинному ринку житла в Україні [3]

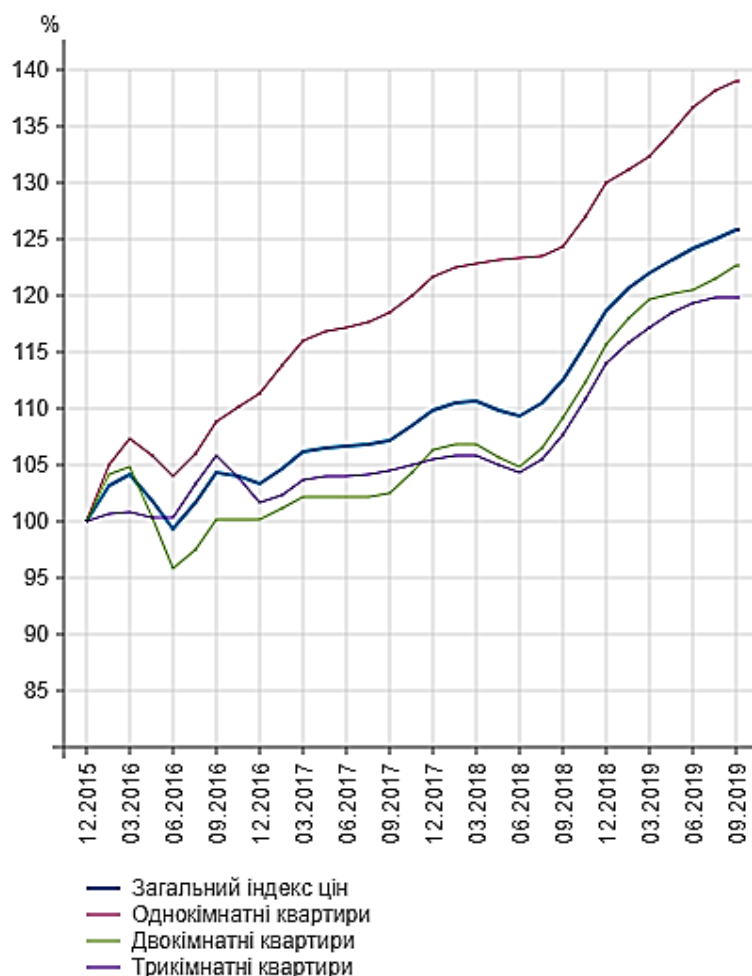


Рис. 2. Динаміка індексу цін на вторинному ринку житла в Україні [3]

Тенденція росту цін на житлову нерухомість зумовлена наступними факторами:

- складним політико-економічним станом країни;
- нестабільністю курсу гривні, що негативно відображається на попиті споживачів на житлову нерухомість та підвищенні цін на неї;
- інфляційними процесами та зростанням собівартості будівництва за рахунок збільшення витрат на оплату праці та подорожчання енергоносіїв.

Отже, на ринку житлової нерухомості існує тенденція зростання цін на житло. Ціни на ринку нерухомості, темпи зростання цін, номіновані у валюті, мало реагують на інфляцію споживчих цін та малочутливі до змін валютного курсу. Ціни, номіновані в гривнях, темпи їх зростання орієнтуються на темпи інфляції.

Література

1. Ринок нерухомості: стан та регіональні особливості / Л.О. Богінська // Науковий вісник Мукачівського державного університету. Сер. : Економіка. 2015. Вип. 2(2). С. 127–133.
2. Статистична інформація. Державна служба статистики України. URL: <http://www.ukrstat.gov.ua>
3. Офіційний сайт міністерства фінансів України. URL: <https://index.minfin.com.ua/ua/economy/index/houseprice/>

Економічні науки

КОНТРОЛІНГ ЯК СИСТЕМА УПРАВЛІННЯ ПІДПРИЄМСТВОМ

Кукса Д.В.,

студент економічного факультету,

ДВНЗ Приазовський Державний Технічний Університет

м. Маріуполь, Україна

Науковий керівник: Хаджинова О.В.

д.е.н., професор

Одним з найбільш актуальних завдань сучасного розвитку економіки України є створення умов ефективного і динамічного переходу до ринкових відносин. При цьому дуже важливою є реорганізація надмірної концентрації і монополізації виробництва, удосконалювання організаційних і структурних відносин, перегляд застарілих командних економічних зв'язків і методів керування.

Практичне розв'язання проблем, пов'язаних з необхідністю забезпечення нормальної роботи підприємства, не тільки сьогодні, але й у перспективі, залежить від ступеня освоєння методології і методів стратегічного керування.

Управління бізнес-процесами вимагає компетентного вирішення численних проблем, обумовлених внутрішніми і зовнішніми чинниками.

Проблема, яка заважає нам прийняти рішення - відсутність сигналів не благополуччя на підприємстві. Відсутність або недостатність інформації про поточний стан і перспективи бізнесу відсутність інформаційних систем, що допомага-

ють прийняти вмотивоване рішення. Відсутність інструментів по виявленню «вузьких місць» підприємства і тьмущих рекомендацій щодо їх усунення.

В даний час одним з основних напрямків розвитку системи управління підприємством є розробка і застосування контролінгу.

Контролінг- це комплексна система, яка об'єднує управлінський облік, планування, розробку бюджетів, а також аналіз і контроль відхилень фактичних результатів діяльності від планових, підтримку прийняття оптимальних управлінських рішень.

Так само контролінг розглядається як інструмент стратегічного і оперативного управління підприємством, згідно з яким приймаються управлінські рішення, що ведуть до досягнення поставлених цілей перед організацією. В основі контролінгу лежить аналітична робота (аналіз інформації, що надходить до служби контролінгу), порівняння планових показників з фактичними, інформаційне забезпечення, координація роботи всіх підрозділів організації.

Контролінг являє собою цілісну концепцію економічного управління підприємством, яка спрямована на виявлення всіх шансів і ризиків, пов'язаних з отриманням прибутку в умовах ринку.

Порівнюючи й аналізуючи зміст визначень, з усією очевидністю можна стверджувати, що контролінг є найважливішим засобом успішного функціонування підприємства, так як:

- забезпечує необхідною інформацією для прийняття управлінських рішень шляхом інтеграції процесів збору, обробки, підготовки, аналізу, інтерпретації інформації;
- надає інформацію для управління трудовими і фінансовими ресурсами;
- забезпечує виживання підприємства на рівнях стратегічного і тактичного управління;
- сприяє оптимізації залежності «виручка - витрати - прибуток».

Отже, контролінг, будучи обліково-аналітичної підсистемою в інформаційно-аналітичній системі управління підприємством, служить основою для його роботи.

Організація контролінгу на підприємствах дозволяє:

1. Створити систему управління перетвореннями, що включає в себе технології моніторингу існуючого і планування бажаного стану, а також шляхів досягнення останнього;

2. Розробити методики оцінки стану системи в рамках моделей бізнес-системи, організаційної та інформаційної структури;

3. Впровадити методики управління станом системи в рамках структурних моделей.

Таким чином, контролінг пропонує узгоджену систему методик управління змінами, які можна застосувати для будь-якої предметної області.

Використання різних методів контролінгу при управлінні поточною діяльністю підприємства дозволяє йому сформувати ефективну систему прийняття управлінських рішень, призначену для скорочення витрат і часу, що витрачаються на процес розробки, прийняття і реалізації управлінських рішень, що в свою чергу дозволить підвищити якість і стійкість розвитку підприємства на ринку. Додатковою перевагою системи може стати скорочення адміністративних робіт і прискорення передачі інформації.

Що стосується мети контролінгу, то її можна сформулювати наступним чином: мета контролінгу- організувати процес управління таким чином, щоб досягти всіх цілей, які ставить керівництво підприємства.

Контролінг є засобом управління компанією, побудованим на принципі зворотних зв'язків.

Процес управління на основі зворотного зв'язку виглядає наступним чином: менеджмент підприємства (суб'єкт управління) здійснює планування діяльності компанії за допомогою показників контролінгу (об'єктів управління) шляхом ведення обліку за цими показниками.

Інструментом управління в даному випадку є план-факт аналіз показників, на основі якого менеджмент приймає управлінські рішення з регулювання показників для досягнення планових значень або щодо коригування планових значень.

Література:

1. Давидович, І. Є. Контролінг [Текст]: Навчальний посібник./ І. Є. Давидович. - К.: Центр учбової літератури, 2008.- 552 с.
2. Стефанюк І. Б. Поняття, сутність і причини виникнення контролінгу // Фінанси України. – 2005. – №2. – С. 146-154
3. Сухарева Л.А., Петренко С.Н.: Контроллинг - Основа управления бизнесом. - М.: Эльга, Ника-Центр, 2002. - 208 с.
4. Благодетельєва-Вовк С.Л. Управління фінансовою санацією підприємств: Навч. посібник. - К.: Ніка-Центр, 2006. – 248 с.

УДК 336

Економічні науки

БАНКІВСЬКА СИСТЕМА УКРАЇНИ: ПРОБЛЕМИ ТА ПЕРСПЕКТИВИ РОЗВИТКУ

Кулик Ю.М.

викладач

Письмак І.В.

студент

Черкаський державний бізнес-коледж

м. Черкаси, Україна

Банківська система є однією із важливих складових фінансового ринку. Для стабільного розвитку економіки будь-якої країни, необхідна досконалість і дієвість її функціонування. Політична та економічна криза, що продовжується останніми роками в Україні, значно послабила і стан банківської системи країни. Тому саме в період нестабільного розвитку необхідним і надзвичайно актуальним питаннями є оцінка стану банківської системи та виявлення основних тенденцій розвитку.

Сучасна банківська система України є дворівневою. Національний банк України є центральним банком, який проводить єдину державну грошово-кредитну політику з метою забезпечення стабільності національної грошової одиниці. Проте в механізмі функціонування кредитної системи величезну роль

відіграють комерційні банки. Вони акумулюють основну частку кредитних ресурсів, надають клієнтам повний комплекс фінансового обслуговування, включаючи видачу позик, прийом депозитів, розрахунки, купівлю-продаж і зберігання цінних паперів, іноземної валюти тощо [1].

Банківська система України протягом 2017–2018 рр. зазнала значних змін. Зміни насамперед зумовлені фінансовою кризою, яка показала нездатність банківської системи подолати несприятливі явища в економіці. Підвищення курсу іноземних валют привело до недовіри людей до банків: вони намагаються якомога швидше забрати свої депозити та оминати можливість взяття кредитів.

Головними проблемами банків стало згортання кредитування, скорочення власного капіталу та збитковість діяльності. Саме це зумовило значне скорочення кількості комерційних банків в Україні. Але в 2018 році спостерігається деяка стабілізація ситуації в Україні, зокрема в банківському секторі. Найважливішою з причин таких суттєвих змін в банківському секторі, а саме в скороченні кількості банківських установ, є непрозорість діяльності великої кількості банків та їх приналежність до олігархічних кланів. Різке скорочення кількості комерційних банків, що відбувалося починаючи з 2014 р., стало результатом кардинальної трансформації засад і механізмів роботи всієї вітчизняної банківської системи, подолання її застарілих хвороб. Так, станом на початок 2019 року в Україні з 1 квітня 2018 року по 1 січня 2019 року відбулося скорочення кількості банківських відділень з 9440 до 8509 одиниць [2].

Надійність банків є важливим показником для фізичних та юридичних осіб, які готові покласти депозит на банківський рахунок із гарантією повернення та отримати кредит з гарантією, що банк не ліквідується та не підвищить відсоткові ставки від найменших політичних та фінансових змін в країні. Так, Міністерство фінансів щоквартально складає рейтинг стійкості та надійності банків за 5-бальною системою [4]. Під час вибору надійного банку потрібно враховувати деякі аспекти: співпраця з маловідомими та малими банками є ризиковим рішенням, адже саме такі банки найчастіше «здають позиції» першими, порівняно з великими та рейтинговими банками; довіряти власні кошти краще банку з

іноземним капіталом, або іноземному банку, адже саме ці банки найменше реагують на політичні та економічні ситуації всередині країни.

Позитивні кроки України вже були зроблені: скорочено кількість ненадійних банків, підвищення прибутковості діяльності, автоматизація систем онлайн - банкінгу. Та негативними моментами є те, що закриття відділень банків привело до скорочення робочих місць, а інфляція та негативна репутація деяких банків привели до того, що населення України не готове вкладати гроші та брати кредити, а шукають інші джерела фінансування [5].

Для стабілізації та повноцінного функціонування банківської системи України необхідне:

- подальше укрупнення банківських установ шляхом злиття та поглинань;
- створити законодавчу базу, яка дасть змогу відділити Національний банк України від впливу влади та інших інстанцій держави;
- створення нових автоматизованих систем онлайн-банкінгу;
- впровадження нових депозитних програм за привабливими відсотками задля залучення додаткового капіталу;
- підвищити відповідальність власників комерційних банків із виконання зобов'язань перед клієнтами;
- вихід банків на міжнародні фінансові ринки, відкриття філій банків. Це допоможе залучати інвестиції з-за кордону. Саме введення цих змін допоможе зробити національну банківську систему конкурентоспроможною та підвищити рівень довіри серед населення [3].

Література:

1. Грубінка І.І. Особливості розвитку та сучасного стану банківської системи України в контексті державної монетарної політики / І.І. Грубінка // Вісник соціально-економічних досліджень. 2017. № 10. С. 579–582.
2. Кількість комерційних банків в Україні. URL: <https://index.min-fin.com.ua/ua/banks/stat/count/2018>
3. Корягіна Т.В., Сімон А.П., Телятник В.М. Причини та наслідки «очищення» банківської системи України в умовах кризи та економічної

нестабільності / Корягіна Т.В., Сімон А.П., Телятник В.М. // Економічні статті «Молодий вчений». 2016. № 12 (39). С. 759–762.

4. Показники банківської системи. Офіційний сайт Національного банку України. URL: https://bank.gov.ua/control/uk/publish/article?art_id=346614-42&cat_id=34798593

5. Рейтинг стійкості банків. Офіційний сайт Міністерства фінансів України. URL: <https://minfin.com.ua/ua/banks/rating/>

УДК 005.32

Економічні науки

СКЛАДОВІ ФОРМУВАННЯ АВТОРИТЕТУ КЕРІВНИКА

Куціян Марія-Мірабелла Юріївна

студентка факультету економіки та управління

Черчик Лариса Миколаївна

д.е.н, професор,

завідувач кафедри менеджменту

Східноєвропейського національного

університету імені Лесі України

Управління людьми – одна з досить складних діяльностей, а окремі дослідники вважають її найскладнішою. Результативність управлінської діяльності великою мірою залежить від ставлення до керівника. Саме тому проблема авторитету керівника є однією з центральних проблем у наукових дослідженнях з менеджменту. Проблема складна та багатогранна, за теоретичною і практичною значущістю вона належить до однієї з фундаментальних проблем.

Сучасний розвиток особистості керівника розглядали такі вітчизняні вчені як Л. О. Воронько, Н. В. Германюк, Н. О. Колінко, Т. В. Новаченко та ін. Водночас недостатньо розробленим залишається питання формування авторитету керівника.

Основними компонентами структури авторитету керівника є глибокі професійні знання, морально-психологічні якості та стиль керівництва. Визнання керівника значною мірою забезпечують його особистісні можливості та якості.

Авторитет керівника базується на тому, що він організовує свою діяльність відповідно до інтересів і потреб населення через процес сприйняття результатів своїх дій та відповідальність за них, на основі людської етики, компетентності, особистісно-індивідуальних властивостей [2].

Серед важливих складових авторитету є особистісні можливості та якості керівника. Це довіра, повага інших людей до керівника, передумовою яких є переконаність у наявності в керівника заслуг, упевненість, що він діє професійно, наділений відчуттям емпатії до персоналу, виявляє щирість, порядність і водночас вимогливість у розв'язанні обраних завдань. За відсутності довіри всі дії керівника здаються непрофесійними, такими, що не заслуговують на увагу, їх піддають сумніву. Дії авторитетного керівника можуть здаватися правильними навіть тоді, коли вони з позиції моралі або професіоналізму небездоганні [1, с. 62].

Керівнику важливо розвивати аналітичні здібності, що виявляються в уміннях аналізувати, узагальнювати, виділяти недоліки, визначати шляхи їхнього подолання [1, с. 64].

Отже, авторитетне керівництво організацією сприяє стабільності у розвитку та впровадженні інновацій, вирішенню інноваційних проблем, сприятливому психологічному клімату у команді, готовності кожного підлеглого долучатись до виконання завдань інноваційної діяльності, генерування ідей.

Література:

1. Германюк Н. В. Особистість та авторитет керівника як важливий чинник ефективності управлінської діяльності. *Економіка, фінанси, менеджмент: актуальні питання науки та практики*. 2017. № 5. С. 61–70.

2. Новаченко Т. В. Архетипова парадигма керівника в державному управлінні : монографія / за наук. ред. Е. А. Афоніна ; Національна академія державного управління при Президентові України ; Українське товариство сприяння соціальним інноваціям. Ніжин-Київ : Видавець Лисенко М. М., 2013. 320 с.

АНАЛІЗ УКРАЇНСЬКОГО БАНКІВСЬКОГО СЕКТОРУ

Волкова В.В.*к.е.н, доцент,**доцент кафедри фінанси і банківська справа***Кучер Т.О.,***Студент факультету фінанси,**банківська справа та страхування**Донецький національний університет імені Василя Стуса**м. Вінниця, Україна*

Банківська система є однією із найважливіших складових фінансового ринку, а її стабільність та розвиненість – необхідною умовою розвитку національної економіки. Ключовим завданням банківського сектору є перерозподіл фінансових ресурсів між населенням, суб'єктами господарювання та державою у пріоритетні галузі економіки. Аналіз останніх досліджень і публікацій. Досліджуючи банківську систему будь-якої країни, необхідно враховувати, що її сучасний стан - це результат тривалого розвитку, плід складних юридичних та економічних перетворень.

Дослідження різних аспектів діяльності ринку банківських послуг привертають увагу багатьох вітчизняних та іноземних науковців й практиків, що пояснюється розширенням спектру, оновленням й модернізацією банківської діяльності. Вітчизняними авторами цих досліджень є такі науковці: Зублюк О. Д., Корецька Н. І., Марич М.Г., О.Й. Шевцова та інші. Однак зазначені науковці досліджували окремі аспекти функціонування ринку банківських послуг, що не давало повного уявлення про функціонування вітчизняного ринку банківських послуг, а зокрема його інноваційної складової.

Основною метою даної статті є проведення аналізу фінансових результатів банківської системи України на сучасному етапі.

Банківська система України протягом останніх декількох років знаходиться у стані системної кризи, яка зумовлена сировинною моделлю

розвитку національної економіки, постійним дефіцитом довгострокових банківських ресурсів, диспропорціями банківських балансів та неефективними діями монетарного регулятора, що в кінцевому результаті призвело до трикратної девальвації гривні, вразливості банків та їхніх клієнтів до валютних шоків.

Банківська система України як незалежна структурна одиниця функціонує вже 29 років. Протягом цього періоду вона зазнавала як злетів, так і падінь. За останній час значне піднесення у 2004–2008 роках закінчилось фінансовою кризою 2008–2009 років. Сьогодні у діяльності банківського сектору спостерігається спад, що спричинений негативними наслідками фінансової кризи 2008–2009 років та військовими діями в зоні АТО, що розпочались у 2014 році та тривають по цей час. На 1 липня 2019 року банківський сектор України налічував 76 банківських установ, у т.ч. зі 100% іноземним капіталом.

Варто зазначити, що починаючи з 2016 року кількість банків в Україні почала значно зменшуватися (рис. 1). Загалом, за останні 5 років їх кількість зменшилася більше ніж у 2 рази (2015 р. – 163, а в 2019 р. - 77).

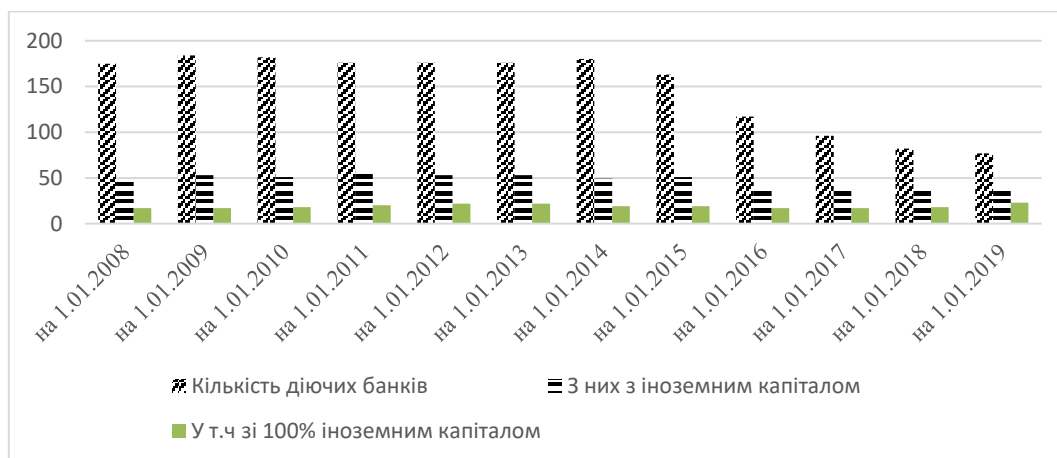


Рисунок 1 – Кількість діючих банків в Україні в період з 2008-2019 рр.

У I кварталі 2019 року кількість діючих банків не змінилася: 77 установ. Із них один банк перебуває у процесі згортання банківської діяльності та має намір трансформуватися в фінансову компанію. Частка найбільших 20-ти банків уже поспіль два роки залишається на рівні 91%. Частка державних

банків у чистих активах зросла за квартал на 0.6 в.п. до 55.3%, а в роздрібних депозитах – скоротилася на 0.4 в.п. до 63.0%, що спричинено зменшенням кількості валютних депозитів у Приватбанку. Приватні банки – єдина група, частка якої в депозитах фізичних осіб зросла (на 0.4 в.п. до 14.7%).

Нижче наводяться сукупні відомості по банківській системі України в цілому (сумарні показники по всіх українських комерційних банках, включаючи ті, що перебувають у державній власності).

Таблиця 1 - Динаміка основних показників діяльності банківської системи України за 2014-2018 рр.

Показник	2014	2015	2016	2017	2018
Банки, що мають банківську ліцензію	180	163	117	86	81
Активи, млн грн	1 278 095	1 316 852	1 254 385	1 333 831	1 354 741
- темп росту, %	113,39	103,03	95,26	106,33	101,57
Регулятивний капітал, млн грн	204 976	188 949	130 974	112 155	123 224
- темп росту, %	114,57	92,18	69,32	85,63	109,87
Власний капітал, млн грн	192 599	148 023	103 713	170 389	144 272
- темп росту, %	113,75	76,86	70,07	164,29	84,67
Статутний капітал, млн грн	185 239	180 150	206 387	474 410	507 226
- темп росту, %	105,73	97,25	114,56	229,86	106,92
Достатність регулятивного капіталу	15,60	13,81	12,74	15,35	15,84
Результат діяльності, млн грн	1 436	-52 967	-66 600	-26 472	10 937
Рентабельність активів, %	0,12	-4,07	-5,46	0,16	1,11
Рентабельність капіталу, %	0,81	-30,46	-51,91	1,31	9,51

Аналізуючи дані, наведені в таблиці 1, слід зазначити, що в 2014 р. спостерігаємо перевищення темпів росту активів, але вже у 2015 та 2016 рр. темп росту власного капіталу становив близько 70%. На 2017 р. темп росту власного капіталу значно зріс і становив 164,29%, темп росту активів також пішов угору і був визначений у розмірі 106,33%. Станом на 2018 р. темпи росту як активів, так і власного капіталу пішли на спад і становили відповідно 101,57% і 84,67%, що пояснюється різким скороченням активних операцій банків, зокрема кредитних, унаслідок відпливу ресурсів із банківської системи України. Темпи зростання регулятивного капіталу і статутного капіталу є нерівномірними. Крім того, слід

зазначити про зростання значущості статутного капіталу у формуванні балансового власного капіталу. Так, за даними станом на 2013 рік цей показник становив 101,94%, що пояснюється змінами у структурі власного капіталу в банківській системі України. У періоді, що нами розглядається, лише у 2015 році статутний капітал прийняв тенденцію до зменшення і мав показник росту 97,25%. Станом на початок 2016 року статутний капітал практично удвічі перевищує розмір власного капіталу, що зумовлено рекордними збитками банків України (сумарно в банківській системі – 66 600 млн. грн). Регулятивний капітал у 2014 та 2015 рр. зменшився на 8,82% та 31,68% відповідно, що було зумовлено як суттєвим зменшенням кількості банківських установ, так і недостатньою капіталізацією банків. Ця тенденція продовжилася і у 2016–2017 рр., причому на 2017 р. темп росту регулятивного капіталу становив 85,63%. 2018 рік сприяє підвищенню темпу зростання регулятивного капіталу і підіймає цей показник до 109,87%. Далі оцінимо норматив достатності регулятивного капіталу (Н2), нормативне значення якого не повинно бути нижчим 10%.

Отже, аналізуючи банківську систему України можна зазначити наступні недоліки: рівень капіталізації банківської системи невеликий; досить великий рівень відсоткових ставок за кредитами для господарюючих суб'єктів; наявність дуже високих ризиків при здійсненні кредитування; конкуренція між банками здійснюється переважно не в площині якісних показників обслуговування клієнтів, а в площині кількісних показників. Це виступає помітною перешкодою до подальшого розвитку економіки в цілому і банківської системи зокрема.

Література:

1. Марценюк-Розарьонова О.В., Шмігельська В.В *Аналіз сучасного стану ринку банківських послуг в Україні та напрями його розвитку* [Електронний ресурс].Режим доступу: http://www.economy.nauka.com.ua/pdf/10_2018/45.pdf

2. Офіційний сайт Державної служби статистики України. [Електронний ресурс].Режим доступу: <http://www.ukrstat.gov.ua>

3. Офіційний сайт Національного банку України [Електронний ресурс].
— Режим доступу: <http://www.bank.gov.ua>

СЕГМЕНТАЦІЯ ЦІЛЬОВОЇ АУДИТОРІЇ ДЛЯ ПРОСУВАННЯ ТОВАРІВ ТА ПОСЛУГ В ІНТЕРНЕТІ

*Кушнір В. В.,
магістрантка факультету
міжнародних економічних відносин, управління і бізнесу
Херсонський національний технічний університет
м. Херсон, Україна*

У сучасному суспільстві бізнес не зможе бути конкурентноспроможним без проведення активностей в інтернеті.

SMM маркетинг зараз посідає значну роль у донесенні інформації про товари та послуги до споживача, у формуванні іміджу компаній, у стимулюванні продажів. Проте, той бізнес, який, фінансово неспроможний передавати ведення SMM Digital агенствам, зустрічається із проблемою низької залученості потенційних клієнтів у соціальних мережах, а отже і втратою долі ринку. Причинами низького рівня залучення можуть бути:

- низька якість контенту (необхідно звертати увагу на унікальність, креативність та користь);
- відсутність рекламного просування (просто завести сторінку у Instagram чи Facebook мало, необхідно вкладати кошти в рекламу, створювати промоакції);
- не якісна цільова аудиторія (не правильно визначена цільова аудиторія, або зовсім не визначена, неправильно налаштований таргетинг).

Таргетинг - це певна сукупність рішень SMM-маркетолога при налаштуванні показів реклами в інтернеті, які дають можливість виокремити серед усіх переглядачів сайту, лише ту аудиторію, яка буде відповідати критеріям цільової і налаштовувати під неї рекламні повідомлення [1].

Отже, найперше завдання яке стоїть перед бізнесом на початку запуску SMM-просування – сегментувати свою цільову аудиторію.

«Сегментація ринку – це розподіл споживачів на групи на основі різниці в потребах, характеристиках чи поведінці і розроблення для кожної з груп окремого комплексу маркетингу» [1]. Сегментація аудиторії дозволяє:

Правильно розставляти пріоритети взаємодії із потенційними клієнтами, зрозуміти потреби та проблеми аудиторії та що їй пропонувати, щоб усунути їх, дозволить налаштувати таргетинг на кожний із сегментів і добитися кращих результатів від реклами з мінімальними затратами.

Говорячи про сегментацію, розуміють різні класифікації: за віком, гендером, географією, прибутком, соціальним статусом, хобі, тощо. Дане сегментування не дасть розуміння повної картини та інструменти впливу на аудиторію можуть бути не дієвими. Наприклад, бізнес для реклами своїх послуг в Instagram сегментував аудиторію за гендером: жінки-чоловіки та географією: певний регіон. Цього дуже мало. При аналізі аудиторії необхідно звернути увагу, як потенційний покупець буде приймати рішення про придбання послуги/товару, яку проблему це вирішить, що вони очікують від взаємодії з компанією, який у них психотип, поведінкові патерни.

Рекомендуємо при сегментуванні аудиторії для маркетингового впливу у Instagram і Facebook звернутися до так званої «теорії поколінь», яка була розроблена американськими вченими Нейлом Хоувом і Вільямом Штраусом в 1991 році. Не зважаючи на те, що вона була запропонована зарубіжними спеціалістами для сегментування американської аудиторії, цю теорію можна адаптувати під українську реальність та отримати якісний аналіз.

Основою цієї моделі є цінності людей. Саме цінності і їх схожість, а не вік, формують і визначають покоління як групу людей, народжених у певний віковий період, що випробували вплив одних і тих же подій і особливостей виховання, зі схожими цінностями.

Ми цих цінностей не помічаємо, але саме вони багато в чому визначають нашу поведінку: як ми спілкуємося, як вирішуємо конфлікти і будуємо команди, як розвиваємося, що і як купуємо, що нас мотивує, як ставимо цілі і управляємо людьми.

Теорією поколінь сьогодні послуговуються і маркетологи, і соціологи, і економісти, і психологи, бо зрозумівши різницю між поколіннями, можна знайти підхід до представників кожного з них.

Виділяють **шість поколінь** (з тих, що сьогодні живуть):

- покоління переможців або G1 (народилися в 1901- 1922);
- мовчазне покоління (1923 – 1942);
- покоління бумерів або бебі-бумери (1943 – 1963);
- покоління X (1963 – 1983);
- покоління Y (1983 – 2003);
- покоління Z (2003 – 2023).

Бізнесу необхідно зробити аналіз діючих клієнтів, зрозуміти яке «покоління» приносить найбільший дохід, на кого можна впливати за допомогою Інтернету і відповідно до аналізу робити макети промоакцій, акційні пропозиції та ін..

Отже, беручи «теорію поколінь» за основу сегментування цільової аудиторії для просування продуктів та товарів у соціальних мережах можливо добитися конкретних цілей та результатів для людей з конкретними цінностями та запитамі і налаштувати таргетовану рекламу з відповідними аудіальним та візуальним супроводом і контентом.

Література

1. Susan Ward. Small Business: Canada Expert Target Marketing [Електронний ресурс]. – Режим доступу : <http://sbinfocanada.about.com/od/marketing/g/targetmarketing.htm>.

2. Кохана Т. Стратегічний підхід до сегментації ринку/Т. Кохана // Аграрна економіка. – 2013. –Т.6, №3-4. – С. 64-69. – Режим доступу: http://nbuv.gov.ua/UJRN/ae_2013_6_3-4_14

3. Асташова Ю.В. Теория поколений в маркетинге / Ю.В. Асташова // Вестник ЮУрГУ. Серия «Экономика и менеджмент». – 2014. – № 1. – Т. 8. – С. 108–114.

НОТАТКИ

