

ZBIÓR
ARTYKUŁÓW NAUKOWYCH

ECONOMY. ZARZĄDZANIE.
WSPÓŁCZESNE PROBLEMY I
PERSPEKTYWY ROZWOJU.

Kraków

29.04.2016 - 30.04.2016

СБОРНИК
НАУЧНЫХ СТАТЕЙ

ЭКОНОМИКА. МЕНЕДЖМЕНТ.
СОВРЕМЕННЫЕ ПРОБЛЕМЫ И
ПЕРСПЕКТИВЫ РАЗВИТИЯ

Kraków

29.04.2016 - 30.04.2016

U.D.C. 330+339.138+658+657+336.71+339+082

B.B.C. 94

Z 40

Wydawca: Sp. z o.o. «Diamond trading tour»

Druk i oprawa: Sp. z o.o. «Diamond trading tour»

Adres wydawcy i redakcji: 00-728 Warszawa, ul. S. Kierbedzia, 4 lok.103

e-mail: info@conferenc.pl

Zbiór artykułów naukowych.

Z 40 Zbiór artykułów naukowych. Konferencji Międzynarodowej Naukowo-Praktycznej " Economy. Zarządzanie. Współczesne problemy i perspektywy rozwoju. " (29.04.2016 - 30.04.2016) - Warszawa: Wydawca: Sp. z o.o. «Diamond trading tour», 2016. - 76 str.

ISBN: 978-83-65207-83-8

Wszelkie prawa zastrzeżone. Powielanie i kopiowanie materiałów bez zgody autora jest zakazane. Wszelkie prawa do materiałów konferencji należą do ich autorów. Pisownia oryginalna jest zachowana. Wszelkie prawa do materiałów w formie elektronicznej opublikowanych w zbiorach należą Sp. z o.o. «Diamond trading tour». Obowiązkowym jest odniesienie do zbioru.

nakład: 50 egz.

"Diamond trading tour" © Warszawa 2016

ISBN: 978-83-65207-83-8

KOMITET ORGANIZACYJNY:

W. Okulicz-Kozaryn (Przewodniczący), dr. hab, MBA, profesor, Akademia im. Jana Długosza w Częstochowie, **Polska**;

A. Murza (Zastępca Przewodniczącego), MBA, **Ukraina**;

M. Stych (Zastępca Przewodniczącego), dr, Akademia im. Jana Długosza w Częstochowie, **Polska**;

E. Ageev, д.т.н., профессор, Юго-Западный государственный университет, **Россия**;

A. Горохов, к.т.н., доцент, Юго-Западный государственный университет, **Россия**;

L. Nechaeva, dr, Instytut PNPU im. K.D. Ushinskiego, **Ukraina**;

M. Ордынская, профессор, Южный федеральный университет, **Россия**;

S. Seregina, independent trainer and consultant, Netherlands;

J. Srokosz, dr, Uniwersytet Opolski, **Polska**;

A. Tsimayeu, dr, associate Professor, Belarusian State Agricultural Academy, **Belarus**;

J. Turlukowski, dr, Uniwersytet Warszawski, **Polska**.

KOMITET NAUKOWY:

W. Okulicz-Kozaryn (Przewodniczący), dr. hab, MBA, profesor, Akademia im. Jana Długosza w Częstochowie, **Polska**;

B. Куц, д.т.н., профессор, Юго-Западный государственный университет, **Россия**;

J. Kaluža, dr. hab, profesor, Akademia im. Jana Długosza w Częstochowie, **Polska**;

P. Латынов, д.т.н., профессор, Московский государственный машиностроительный университет (МАМИ), **Россия**;

J. Rotko, dr. hab, profesor, Instytut Nauk Prawnych PAN, **Polska**;

T. Szulc, dr. hab, profesor, Uniwersytet Łódzki, **Polska**;

E. Чекунова, д.п.н., профессор, Южно-Российский институт-филиал Российской академии народного хозяйства и государственной службы, **Россия**.

SPIS /СОДЕРЖАНИЕ

SEKCJA 11. ZARZĄDZANIA. MARKETING.

(МЕНЕДЖМЕНТ. МАРКЕТИНГ)

- 1. Акчулпанова А. Ф. , Егоров В. А. 6**
АНТИКРИЗИСНОЕ УПРАВЛЕНИЕ ПРЕДПРИЯТИЕМ В СОВРЕМЕН-
НЫХ УСЛОВИЯХ
- 2. Шумайлов В.А. 8**
ПРИВАТИЗАЦИЯ ПРЕДПРИЯТИЙ КАК АНТИКРИЗИСНАЯ МЕРА
ОЗДОРОВЛЕНИЯ ЭКОНОМИКИ
- 3. Давыдова Н.В., Макушева Н.В. 10**
ДИАГНОСТИКА КРИЗИСОВ В ОРГАНИЗАЦИИ
- 4. Малярова А.С. 12**
ЭКОНОМИЧЕСКИЕ МЕХАНИЗМЫ ПРИВЛЕЧЕНИЯ ИНВЕСТИ-
ЦИЙ В ЭКОНОМИКУ РЕГИОНА НА ОСНОВЕ ГОСУДАРСТВЕННО-
ЧАСТНОГО ПАРТНЕРСТВА
- 5. Беляева И. А. 17**
ПОРЯДОК ВНЕДРЕНИЯ ВНЕШНИХ ДОКУМЕНТОВ НА ПРЕДПРИЯТИИ
- 6. Kharchenko V. V., Onyshchuk V. R. 21**
ADVANTAGES AND DEVELOPMENT PROSPECTS OF CLOUD TECH-
NOLOGIES IN ENTREPRENEURIAL ACTIVITIES
- 7. Чигринець О.А., Кичата А.С. 26**
ТЕНДЕНЦІЇ РОЗВИТКУ КОРПОРАТИВНОЇ СОЦІАЛЬНОЇ ВІДПОВІ-
ДАЛЬНОСТІ В СВІТІ
- 8. Харченко Г. А., Дісковський Д. С. 32**
САМОРОЗВИТОК МЕНЕДЖЕРА ЯК СКЛАДОВА ПІДВИЩЕННЯ
ЕФЕКТИВНОСТІ УПРАВЛІНСЬКОЇ ДІЯЛЬНОСТІ

SEKCJA 25. EKONOMIKA. (ЭКОНОМИЧЕСКИЕ НАУКИ)

- 9. Krokhhina A. 35**
GOVERNMENT REGULATION AND TAXATION OF INTERNET
COMMERCE IN UKRAINE
- 10. Харисов Д.Г. 41**
ОЦЕНКА СТОИМОСТИ КОМПАНИИ ПРИ СЛИЯНИЯХ И ПОГЛО-
ЩЕНИЯХ

11. Литвинова Т.	43
АВТОМАТИЗАЦІЯ ОБЛІКУ НЕОБОРОТНИХ АКТИВІВ	
12. Poliszczuk K. O., Szmatkowska T. O.	45
ISTOTA, KIEROWANIE I DROGI POLEPSZANIA RACHUNKOWOŚCI NIEMATERIALNYCH AKTYWÓW PRZEDSIĘBIORSTWA	
СЕКЦИЯ 25. ЭКОНОМИЧЕСКИЕ НАУКИ.	
13. Ханова Л.Р., Егоров В.А.	48
ИННОВАЦИИ В АНТИКРИЗИСНОМ УПРАВЛЕНИИ СОВРЕМЕННОЙ ОРГАНИЗАЦИЕЙ	
14. Ринейська Л.С.	51
ТЕНДЕНЦІЇ РОЗВИТКУ ОРГАНІЧНОГО СІЛЬСЬКОГО ГОСПОДАРСТВА У МІЖНАРОДНІЙ ЕКОНОМІЦІ	
15. Янковський В.А., Горіна Г.О.	53
ВІДНОСИНИ УКРАЇНИ З МІЖНАРОДНИМ ВАЛЮТНИМ ФОНДОМ: ІСТОРІЯ ТА СУЧАСНИЙ СТАН	
16. Вашека І. В.	56
ОСОБЛИВОСТІ ФОРМУВАННЯ МІСЦЕВИХ БЮДЖЕТІВ В УКРАЇНІ	
17. Sova O.	59
THE FINANCIAL CONTROL OF INSURANCE COMPANIES	
18. Цимбалюк І.О., Остапюк І. В.,	61
ЗАРУБІЖНИЙ ДОСВІД ЕКОЛОГІЧНОГО ОПОДАТКУВАННЯ	
19. Хади Амине	64
КАЧЕСТВО ПРОДУКЦИИ: ХАРАКТЕРИСТИКА, СУЩНОСТЬ, ЭВОЛЮЦИЯ ПОДХОДОВ	
20. Rozhenko O., Romaniuk K.	72
MIEJSCEIROLASEKTORAMAŁYCHTAŚREDNICHPRZEDSIĘBIORSTW W GOSPODARCE POLSKI I UKRAINY	



АНТИКРИЗИСНОЕ УПРАВЛЕНИЕ ПРЕДПРИЯТИЕМ В СОВРЕМЕННЫХ УСЛОВИЯХ

Ключевые слова: антикризисное управление, кризис, анализ, стратегическое управление, финансовое оздоровление.

Экономические кризисы – закономерность для любой хозяйственной деятельности. На данный момент Россия находится на стадии депрессии. Именно поэтому тема антикризисного управления на данный момент является актуальной.

В компании антикризисное управление должно быть внедрено до возникновения проблемы. Оно должно включать в себя предварительную диагностику причин возникновения ситуации, которая могла бы повлечь за собой кризис на предприятии.

Для того чтобы антикризисное управление в современных условиях было максимально эффективным, нужно следовать нескольким последовательным этапам, как для предотвращения кризиса, так и для вывода предприятия из него.

Первый этап – анализ внешней среды. Необходимо знать преимущества и недостатки предприятия для объективного анализа его конкурентоспособности. Поиск способов усиления и компенсации слабых сторон и эффективное использование сильных – следующий этап предотвращения кризиса на предприятии. Например, многие российские предприятия в условиях нынешнего кризиса столкнулись с проблемой закупки сырья, товаров в западных странах, неустойчивый валютный курс усложнил задачу, что привело к необходимости российским предприятиям в кратчайшие сроки искать новых отечественных поставщиков сырья и товаров, налаживать контакты с ближним зарубежьем. Это указывает на низкий уровень стратегического бизнес-планирования, который повлек за собой большие убытки. [1]

Особое внимание необходимо уделить разработке процедур финансового оздоровления, что является третьим этапом антикризисного управления, так как в любой ситуации должна быть гарантия того, что компанию будет возможно восстановить после кризиса, если это потребуется.

Если не удалось предотвратить кризисную ситуацию на предприятии, то происходит переход к антикризисным мерам в рамках антикризисного управления. Что является четвертым этапом антикризисного управления. Необходимо распределить ресурсы таким образом, чтобы четкий контроль происходил на всех этапах проведения антикризисного управления.

Стоит отметить, что профилактика наступления кризиса на предприятии должна проводиться повседневно. Только в таком случае предприятия сможет заблаговременно гибко реагировать на ту или иную ситуацию.

В стратегическом плане антикризисное управление должно обеспечивать предприятие в течение длительного времени высокую рентабельность независимо от состояния внешней и внутренней финансово-экономической среды компании. [2]

Социальная функция подразумевает сохранение компании как действующего хозяйствующего субъекта. Суть данной функции заключается в сохранении предприятия как действующего хозяйствующего субъекта: источника рабочих мест, вокруг которого создается городская инфраструктура, источник отчислений в пенсионный фонд, источник налоговых отчислений. Данный факт оказывает особое влияние на предприятия-монополистов на местном рынке труда в малых городах.

Рассмотрим некоторые аспекты антикризисного управления на практике, на примере сферы управления персоналом. При всех неблагоприятных последствиях кризиса, у компании возрастает потребность в работе с персоналом. Антикризисная HR-стратегия, должна полностью подстраиваться под кризисную ситуацию на самом предприятии.

Как и все сферы деятельности, HR должен быть направлен на оптимизацию деятельности и ее затрат. Из-за кризисной ситуации могут возникнуть конфликты между работниками и управляющим персоналом. Чтобы этого избежать, следует вовремя информировать работников обо всех изменениях в компании. Для этого нужно проработать систему информирования людей о проблемах организации.

Подводя итоги, можно сделать вывод, что антикризисное управление – это стратегическое управление предприятием, целью которого является укрепление позиций предприятия. В случае наступления кризисной ситуации грамотными управленческими решениями и разработкой эффективной антикризисной стратегии с последующим контролем ее исполнения, максимально снизить отрицательные последствия кризиса на предприятии и по возможности вывести его из кризисной ситуации за счет собственных ресурсов и с минимальными потерями.

Библиографический список

1. Валдайцев С.В. Антикризисное управление на основе инноваций. М.: ТК «Велби», 2007. 312 с.
2. Боробов В. Антикризисное управление персоналом организации в условиях турбулентной экономики //Актуальные вопросы инновационной экономики №8-2 – 5–13 с. Год:2014

ПРИВАТИЗАЦИЯ ПРЕДПРИЯТИЙ КАК АНТИКРИЗИСНАЯ МЕРА ОЗДОРОВЛЕНИЯ ЭКОНОМИКИ

Ключевые слова: антикризисное управление, антикризисные меры, приватизация.

Если рассматривать историю экономического развития различных стран мира, то можно увидеть, что им приходилось проходить через спады, потрясения, массовые безработицы, политические и социально-экономические конфликты. Однако одни страны с огромным трудом преодолевали кризисы экономики, другие же с легкостью справлялись с выступившими трудностями в довольно короткие промежутки времени. Опыт, формы и методы выхода из кризиса, могут быть полезны для российской экономики.

В зарубежных странах приватизация рассматривается как антикризисная мера, направленная на предотвращение или выход из кризиса отдельных предприятий или даже целых отраслей экономики. Так характерной чертой приватизации в Великобритании является постепенность, в Германии – осторожность, в Италии – прагматизм, в Чехии приватизация имела главной целью уменьшение доли государства во владении собственностью.

В целом развитые страны Запада рассматривают приватизацию как средство создания смешанной экономики. Смешанные предприятия в настоящее время признаны наиболее конкурентоспособными, наиболее гибкими и эффективными, в то же время для большинства государственных предприятий во всех странах характерна низкая эффективность в результате издержек на единицу продукции. Как правило, государственные предприятия рассматриваются как инструмент экономической и социальной политики, а не как коммерческие предприятия.

Приватизация, как правило, осуществляется поэтапно: сначала предприятие подвергается санации, затем оценивается экспертом-оценщиком и только потом продается частному капиталу. Такая последовательность позволяет максимизировать выручку от приватизации предприятия.

Примером удачной приватизации является Чехия. В процессе приватизации активное участие принимали иностранные фирмы. Большой объем иностранных инвестиций приходился на фирмы Германии, США, Франции, Бельгии, Австрии. Иностранных инвесторов предприятия Чехии привлекают относительно невысокий риск, сравнительно высокий уровень квалификации рабочей силы, более низкие затраты на заработную плату и материалы.

В скором времени в Российской Федерации будет проводится вторая приватизация в новейшей истории страны. На заседании в Правительстве РФ обсуждали вопрос приватизации компаний для пополнения бюджета. В частности, могут быть проданы пакеты акций Роснефти, Аэрофлота, Ростелекома, Башнефти, Транснефти, АЛРОСы, РЖД и Совкомфлота. На приватизации планируется заработать до 1 трлн рублей за два года. Приватизация рассматривается властями в качестве важнейшего направления антикризисной деятельности. Причина приватизации состоит в том, что в бюджете нехватает средств.

Объявленная приватизация, на мой взгляд, не способна стать эффективной антикризисной мерой так, как Правительство РФ не собирается проводить санацию предприятий, а также хочет провести приватизацию только среди российских юридических лиц, что может сказаться на эффективности и прозрачности проводимых аукционов.

Таким образом, приватизация проводимая Правительством РФ в ближайшем времени, может быть не столь эффективна и успешна, как в западных странах. Хотя, пока еще есть время и приватизация еще не началась, может быть, все-таки стоит пересмотреть данное решение и попробовать применить успешный опыт других стран.

Список литературы:

1. Чижев П.Н. Опыт антикризисного управления в странах бывшего соцлагеря: состояние и перспективы // Дайджест журнала «Право и жизнь». – М.: ЮНИТИ-ДАНА, 2005. – С. 121
2. Егоров В.А. Пути преодоления мирового финансового кризиса в США // Егоров В.А., Мансурова Л.О. / В сборнике: Актуальные проблемы развития современной науки и образования Сборник научных трудов по материалам Международной научно-практической конференции: в 5 частях. ООО «АР-Консалт». 2015. С. 42-44.

ДИАГНОСТИКА КРИЗИСОВ В ОРГАНИЗАЦИИ

Ключевые слова: кризис, конкуренция, организация, диагностика, предприятие.

В настоящее время все организации сталкиваются с различными проблемами, последствием которых может стать кризис. Нарушения в работе могут произойти на всех этапах жизненного цикла организации.

К причинам возникновения в организации кризиса можно отнести: конкуренцию; ухудшение финансового состояния компании; увольнение сотрудников; низкое качество продукции. Но на сегодняшний день низкий уровень профессионализма менеджмента компании является главной причиной кризиса в организации.

Диагностика кризиса в организации – это комплекс действий, направленных на выявление тех проблем в системе управления, которые являются причинами упадочного состояния организации. Так же диагностику можно рассматривать, как распознавание отклонений от существующих ранее заданных параметров с целью предупредить кризис.

К методам диагностирования кризиса в организации можно отнести: мониторинг внешней и внутренней среды, ее анализ о возможном изменении состояния; отслеживание статуса предприятия на рынке; контроль финансового состояния, анализ выбранной политики организации; проверка компании на наличие задолженностей и возможность погашения; оценка состояния организации в данный период времени и прогнозирование ее возможного состояния в будущем.

Перечислим методы диагностики кризиса. К ним относятся: статистические исследования, моделирование бизнес процессов, прогнозирование, эксперимент, экспертиза, исследования в области маркетинга и т.д. Стоит отметить, что выбор инструмента зависит от типа кризиса в организации и формы его проявления.

Анализ сигналов о вероятном изменении положения компании и его статуса на рынке, которые предложили российские ученые, дает возможность рассмотреть в общей сложности целый ряд параметров, которые служат индикаторами кризисных явлений, нарастания угроз выполнению миссии фирмы, или, напротив, могут обозначить на расширение возможностей организации. Данная методика является эффективной в основном на этапах раннего диагностирования кризисов, когда задается цель предупредить их возникновение, а так же не допустить дальнейшего ухудшения показателей деятельности.

Сигналы об угрозах можно разбить на группы, которые дают возможность определить допустимые негативные тенденции, затрудняющие выполнение стратегических целей организации:

- снижение спроса на продукцию компании, спад покупательной активности, увеличение роста продаж у конкурентов;
- упадок показателей производства (уменьшение сырьевых и материальных ресурсов, повышение цен на сырье, материалы и оборудование);
- усиление конкурентной борьбы, за счет снижения конкурентного статуса организации (активное «переключение» покупателей на товар-заменитель, ценовая борьба);
- негативные изменения деятельности государственных органов (увеличение сборов, в том числе налоговые, таможенные; понижение или повышение курса рубля, изменение законодательства);
- случайные явления (плохой выбор расположения организации, стихийные бедствия, НТП, который использовал конкурент);
- ухудшение технических ресурсов фирмы (износ основных фондов предприятия, использование устаревших систем преобразования, передачи и контроля потребления энергии, вызывающее потери);
- ухудшение параметров технологических ресурсов (отсутствие потенциала для проведения систематических НИОКР, использование технологии, не позволяющей в течение одного жизненного цикла действительно изменять поколение продукции фирмы);
- ослабление кадрового потенциала (работники ориентированы на применение командно-административных методов, выполнение традиционных видов работ, обусловленных стабильной технологией);
- отсутствие гибкости организационной структуры (ее застой и ориентированность на исполнение функций, бюрократизация);
- финансовая политика, характеризующаяся систематическим привлечением заемных средств; падение курса собственных акций фирмы.

Таким образом, диагностика кризисов, проводимая в рамках системного подхода, дает возможность получить более широкое и полное представление об исследуемом объекте. В практике предприятий часто используют методы анализа, которые позволяют с минимальными затратами сделать оценку рисков, финансового состояния, а так же прогнозировать будущие тенденции развития.

Список литературы:

1. Жарковская Е.П. Антикризисное управление /Е.П. Жарковская, Б.Е. Бродский.- М.: Омега – Л,2011.- С. 213-216.
2. Антикризисное управление организацией: учебное пособие / А. Т. Зуб, Е. М. Панина. – Москва: ИД ФОРУМ: НИЦ Инфра-М, 2013. – С. 221-225.

ПОД- СЕКЦИЯ 2. Государственное управление.

Малярова А.С

студентка ФГАОУ ВПО «Северо-Кавказский
федеральный университет»

ЭКОНОМИЧЕСКИЕ МЕХАНИЗМЫ ПРИВЛЕЧЕНИЯ ИНВЕСТИЦИЙ В ЭКОНОМИКУ РЕГИОНА НА ОСНОВЕ ГОСУДАРСТВЕННО-ЧАСТНОГО ПАРТНЕРСТВА

Аннотация: В статье рассматриваются государственно-частное партнерство в контексте формирования благоприятной среды и условий использования ГЧП в инвестиционной деятельности. Анализируются проблемы и основные направления деятельности органов власти регионов на пути успешного развития ГЧП, выявляются пути их решения. Рассмотрены основные инвестиционные проекты, реализуемые на принципах государственно частного партнёрства в Иркутской области.

Ключевые слова: Государственно-частное партнерство; инвестиционная деятельность; механизмы активизации инвестиционной деятельности; инвестиционный проект; Иркутская область.

На современном этапе развития мировой экономики необходимость привлечения механизма государственно-частного партнерства по улучшению инвестиционного климата в регионах стоит весьма остро. Использование инструментов государственно-частного партнерства крайне ограничено и лишь в нескольких субъектах РФ приняты законы о ГЧП. При этом даже принятые законы зачастую носят декларативный характер, не предусматривают многих инструментов, действительно интересных частным инвесторам, имеют в целом невысокий уровень проработки, что создает правовую неопределенность в толковании некоторых положений и приводит к противоречиям с федеральным законодательством.

Согласно Федеральному закону от 13.07.2015 N 224-ФЗ «О государственно-частном партнерстве, муниципально-частном партнерстве в Российской Федерации и внесении изменений в отдельные законодательные акты Российской Федерации», государственно-частное партнерство, муниципально-частное партнерство – юридически оформленное на определенный срок и основанное на объединении ресурсов, распределении рисков сотрудничество публичного партнера, с одной стороны, и частного партнера, с другой стороны, которое осуществляется на основании соглашения о государственно-частном партнерстве, соглашения о муниципально-частном партнерстве, заключенных в соответствии с настоящим Федеральным законом в целях привлечения в экономику частных инвестиций, обеспечения органами государственной власти и органами местного самоуправления доступности товаров, работ, услуг и повышения их качества [5].

В понятии «государственно-частное партнерство» изначальным считается государственное. Это понятие подразумевает инициирование проекта государством, привлечение государством бизнеса для решения социально значимых задач, нали-

чие важной общественной значимости проектов и сохранение государственной собственности на хозяйственный объект.

Для привлечения внебюджетных инвестиций в развивающиеся инфраструктурные субъекты Российской Федерации и муниципальных образований используются механизмы ГЧП. Данный вид партнерства может использоваться органами государственного и муниципального управления с целью оптимизации и экономии бюджетных расходов, существенного повышения качественных и количественных параметров в процессе реализации инвестиционных проектов, а также социального обслуживания населения.

Однако, большинство субъектов Российской Федерации и муниципальных образований имеет довольно ограниченные возможности для решения таких задач. Тогда как, становление партнерства государства и предпринимательских структур на базе создания эффективных институтов и инструментов взаимодействия государства и бизнеса, считается одним из весомых критериев, способных воздействовать на увеличение инновационной активности и инвестиционной привлекательности территорий с помощью становления производственной и общественной инфраструктуры субъектов РФ и муниципальных образований.

Два важных препятствия для развития ГЧП в регионах – неспособность регионов к самостоятельной подготовке проектов для инвесторов, и ограниченное количество квалифицированных частных инвесторов. Остаются неснятыми общие барьеры в отношениях – недоверие со стороны власти по отношению к бизнесу, и наоборот. Одной из важнейших проблем является отсутствие четкой отраслевой политики по развитию практики ГЧП в отдельных сферах (за исключением транспортной) [3].

По причине отсутствия адекватной институциональной среды и необходимого нормативно-правового обеспечения, а также недостаточное использование инструментов ГЧП ведет к снижению развития государственно-частного партнерства в региональных экономиках.

Одним из показателей уровня развития институциональной среды в субъекте Российской Федерации является региональный закон об участии субъекта РФ в государственно-частных партнерствах. Такие правовые акты приняты в 68 субъектах Российской Федерации, еще в 4-х регионах разработаны проекты соответствующих актов. При этом, стоит отметить, что только в 18 регионах из 68 (26,5%) данные законодательные акты применялись для реализации проектов государственно-частного партнерства и только в 4 регионах (4,7%) действует региональное законодательство, которое эксперты оценили, как эффективное (без понижающего коэффициента).

Второй рассчитываемый показатель для оценки уровня развитости институциональной среды – нормативно-правовые акты субъекта РФ, устанавливающие порядок работы с проектами ГЧП. Такие документы действуют в 45 регионах из 85 (53%), однако по экспертным оценкам в 16 случаях из 45 (42,5%) данные акты имеют низкое качество проработки. В 19 случаях из 45 (42,2%) качество нормативно-правовых актов можно оценить, как достаточно высокое. И только в 10 регионах (11,76%) качество нормативно-правовых актов, устанавливающих порядок работы с проектами ГЧП, оценено экспертами как высокое.

В мировой практике хозяйствования довольно распространено использова-

ние возможностей ГЧП путем применения на базе эффективных механизмов взаимодействия государства и частного бизнеса, позволяющих привлечь средне- и долгосрочные инвестиции в приоритетные сферы региональных экономик.

Становление ГЧП на основе формирования действенных механизмов взаимодействия государства и частного бизнеса считается одним из наиглавнейших критериев увеличения инвестиционной активности регионов с помощью развития инфраструктуры.

Практика показывает, что использование механизмов ГЧП в состоянии обеспечить:

- вероятность осуществления социально значимых проектов, являющихся малопривлекательными для традиционных форм частного финансирования, в более краткие сроки;
- увеличение уровня эффективности проектов при участии в них частного бизнеса;
- падение нагрузки на бюджеты всех уровней в ходе привлечения частных средств и передачи части издержек пользователям;
- снижение уровня государственных рисков за счет распределения их между государством и частным бизнесом;
- вероятность привлечения наиболее подходящих управленческих кадров, техники и технологий;
- совершенствование механизмов и моделей оказания услуг, повышение качества обслуживания конечных пользователей.

Тогда как, в настоящее время регионы рассматривают ГЧП как любое взаимодействие власти и бизнеса для реализации проектов в тех сферах, обязанность за развитие которых относится к государственным (муниципальным) функциям. Это приводит к тому, что каждый регион по своему позиционирует механизмы ГЧП, следовательно, и развивает это направление согласно со собственным субъективным пониманием. Эта ситуация мешает тому, чтоб все регионы имели одни и те же стартовые условия для социально-экономического развития.

В Иркутской области нет закона, регулирующего инвестиционную деятельность в рамках реализации проектов ГЧП и под термином государственно-частного партнерства представители региональной власти подразумевают все виды партнерства между государством и бизнесом. Также не установлена особая структура, которая обладала бы полномочиями в работе с инвесторами, в том числе путем применения инструментов ГЧП. На сегодняшний день органом, осуществляющий данные функции является Министерство экономического развития, труда, науки и высшей школы Иркутской области.

В апреле 2013 на сессии Законодательного собрания Иркутской области был принят пакет законов, направленных на инвестиционное развитие региона и государственно-частного партнерства[1]. Были завершены работы над законом Иркутской области об областном инвестиционном фонде, над законом о гарантиях Иркутской области, где в основе заложено государственно-частное партнерство.

Между Администрацией г. Иркутска и НП «Центр развития государственно-частного партнерства» в интересах привлечения внебюджетного финансирования для реализации инфраструктурных проектов было заключено соглашение о взаи-

модействии, согласно которому стороны намерены содействовать реализации проектов с использованием механизмов частно-муниципального партнерства в сферах энергосбережения, ЖКХ, развития социальной инфраструктуры и инвестиционной деятельности [4].

В настоящее время большинство потенциальных ГЧП проектов ограничиваются соглашениями, которые разрабатываются индивидуально под проекты. Это объясняется высокой степенью риска для инвестора, а также не в полной мере ясны возможные схемы финансирования. Для осуществления крупных проектов инвесторам необходимо иметь гарантии того, что положительный эффект от такого партнерства распространится не только на регион, но и на компанию. Инвесторы должны видеть какие выгоды принесет им проект, а государство в свою очередь, должно быть уверено, что при реализации данного проекта не возникнет проблем с определением права собственности.

По данным на 2012 год в Иркутской области было заключено 189 концессионных соглашений, большая часть из которых относится к транспортной сфере. Одним из крупнейших инвестиционных проектов является строительство моста через реку Лена, предполагающий использование механизмов ГЧП, реализуемого по принципу «контракт жизненного цикла». Общий объем инвестиций проекта составил 470 млн. рублей.

По уровню развития регион занимает 45 место (по состоянию на март 2015г.), что позволяет отнести его к группе регионов с низким уровнем развития ГЧП. Большое влияние на позиции в рейтинге регионов с данным уровнем развития оказывает низкий уровень их инвестиционной привлекательности [3].

В последнее время в России создаются благоприятные условия для становления государственно-частного партнерства. Были одобрены законодательные инициативы, направленные на развитие ГЧП, открыт Центр развития ГЧП при Внешэкономбанке, что стало началом процесса консолидации государственных институтов развития.

На региональном уровне формируются самостоятельные специализированные центры ГЧП в составе региональных администраций, рабочие группы и секторы по вопросам партнерства при региональных департаментах.

В настоящее время дирекцией государственно-частного партнерства Внешэкономбанка проводится исследование услуг технического, юридического, финансово-экономического консультирования, необходимых для формирования проектов, планируемых к реализации на территории Иркутской области. Рассматривается проект по развитию энергетической и транспортной инфраструктуры промышленных объектов Западной Якутии на севере Иркутской области, который подразумевает создание условий для формирования в западной части Республики Саха (Якутия) и на севере Иркутской области, нового крупного промышленного района на базе объектов магистральной инфраструктуры и кластера промышленных производств, преимущественно связанных с добычей, транспортировкой и переработкой имеющихся на территории полезных ископаемых на базе принципов государственно-частного партнерства. Реализация данного проекта будет способствовать уровню развития инфраструктуры региона [2].

Таким образом, для увеличения заинтересованности регионов в приме-

нии концепции государственно-частного партнерства следует реализовать преимущества, предоставляемые данным механизмом касаясь государственных органов и бизнеса. Также имеет смысл усовершенствовать законодательную базу, касающуюся государственных гарантий для инвесторов, создать механизм стимулирования конкуренции за право выполнения работ по государственным контрактам, разработать отраслевые планы ГЧП с учетом приоритетных задач роста экономики региона, проанализировать и разработать мероприятия и рекомендации, которые будут способствовать улучшению сотрудничества с бизнесом в конкретных секторах экономики.

Решение поставленных задач можно добиться при помощи формирования и развития особых экономических зон, производственных кластеров, поддержки промышленных парков, малого бизнеса.

Список литературы

1. Третьякова Н. П. Методические вопросы развития государственно- частного партнерства в лесных отношениях Иркутской области [Электронный ресурс] / Н. П. Третьякова // Изв. Иркут. гос. экон. академии. – 2011. – № 4. – URL: <http://eizvestia.isea.ru/reader/archive.aspx>.
2. Яковенко Н. Н. Государственно-частное партнерство как объективная необходимость в ходе решения стратегических задач региона / Н. Н. Яковенко // Материалы III (V) Междунар. науч.-практ. конф. 22–23 ноября 2011 г. – Ставрополь, 2011. – С. 234–237.
3. Рейтинг регионов ГЧП: [Электронный ресурс] // Центр развития государственно-частного партнерства, 2009-2015. – Режим доступа: <http://pppcenter.ru/analitika/reiting.html> (Дата обращения: 15.02.2014).
4. Исследования: [Электронный ресурс] // Центр развития государственно-частного партнерства, 2009-2015. – Режим доступа: <http://pppcenter.ru/analitika/issled.html> (Дата обращения: 15.02.2014).
5. Законодательство: [Электронный ресурс] // Государственно-частное партнерство в России. – Режим доступа: <http://http://www.pppinrussia.ru/main/zakonodatelstvo> (Дата обращения: 15.02.2014).

ПОРЯДОК ВНЕДРЕНИЯ ВНЕШНИХ ДОКУМЕНТОВ НА ПРЕДПРИЯТИИ

Ключевые слова: внешний документ, организационно-распорядительная документация, производственно-техническая служба.

Keywords: external document, organizational and administrative documentation, production and technical service.

Во всех предприятиях, организациях, компаниях существует большой набор различных документов, который постоянно пополняется. К нему относятся учредительные, материально-технические, бухгалтерские документы, документы по производственной деятельности, по кадровому составу и ряд других. Внешний документооборот связан с получением и предоставлением документов вне самой организации и является неотъемлемым компонентом работы предприятия.

Внешние документы (при их поступлении на предприятие) должны быть зарегистрированы и рассмотрены руководством, систематизированы и учтены, должны поддерживаться в актуализированном состоянии в течение всего срока их действия и храниться в одном экземпляре в фонде внешних документов (далее фонд) в помещении, специально отведенном для этой цели. Сканированная копия внешнего документа, как правило, размещается в электронной базе предприятия [1].

К категории «внешний документ» относят:

а) нормативно-правовые акты по вопросам технического регулирования:

– положения, инструкции, правила, требования и другие документы, утвержденные приказами и распоряжениями Президента Украины, постановлениями, распоряжениями Кабинета Министров Украины, приказами центральных органов исполнительной власти;

– технические регламенты (предусмотренные Законом Украины «О стандартах, технических регламентах и процедурах оценки соответствия»);

– нормативно-правовые акты по охране труда, пожарной безопасности;

– документы государственных регулирующих органов Украины;

– санитарные нормы;

б) нормативные документы по стандартизации (предусмотренные Законом Украины «О стандартизации»).

Общий отдел на организационно-распорядительных документах (далее ОРД) о внедрении документа, поступившем из вышестоящей организации, или на сопроводительном письме к документу проставляет штамп входящей регистрации в соответствии с ДСТУ 4163-2003 «Государственная унифицированная система документации. Унифицированная система организационно-распорядительной документации. Требования к оформлению документов» с указанием регистрационного

номера и даты регистрации, проверяет комплектность документов, передают ОРД с внешним документом на рассмотрение генеральному директору предприятия или лицам их замещающим [2].

ОРД о внедрении документа, а также сопроводительные письма к документу или извещению об изменении документа в первую очередь направляют в производственно-техническую службу (далее ПТС) для организации внедрения требований внешних документов в производственную деятельность предприятия или выдачи извещения об изменении в структурные подразделения.

Извещения об изменениях к внешним документам, поступающие без официального сопроводительного письма, общий отдел направляет в ПТС. На извещении проставляется штамп с указанием даты поступления в организацию.

Начальник ПТС после ознакомления с резолюцией руководства и проведения первичного анализа поступивших документов определяет ответственного исполнителя по подготовке проекта ОРД согласно направлению деятельности, на которое распространяются требования внедряемого (вводимого) документа.

Руководитель подразделения, назначенный ответственным за внедрение внешнего документа, организывает его изучение и определяет необходимость разработки и внедрения мероприятий, обеспечивающих выполнение требований внедряемого документа.

В ОРД о внедрении внешнего документа должны быть отражены следующие поручения с указанием в обязательном порядке сроков исполнения:

- а) принятие к исполнению (руководству);
- б) указание об аннулировании ранее действовавшего документа (при наличии);
- в) перечень руководителей и подразделений, которым необходимо применять документ в производственной деятельности;
- г) ознакомление руководителей подразделений с документом, размещенным в автоматизированной системе;
- д) указание о разработке организационно-технических мероприятий (далее ОТМ), обеспечивающих внедрение документа;
- е) указание об определении круга лиц из числа персонала обязанных знать или руководствоваться требованиями документа, а также (при необходимости) указание о форме изучения документа соответствующим персоналом;
- ж) указание о необходимости внесения изменений в производственную документацию;
- з) назначение структурного подразделения, ответственного за внедрение документа, а также сбор замечаний и предложений по результатам его применения;
- и) предоставление отчетов о выполнении требований ОРД;
- к) указание ПТС о внесении документа;
- л) указание ПТС о сроке размещения электронной копии внешнего документа в автоматизированной системе;
- м) порядок обеспечения структурных подразделений предприятия документом – по заявкам подразделений, для постоянного использования в производственной деятельности;
- н) указание о хранении контрольного экземпляра документа в ПТС;
- о) контроль исполнения ОРД. [3]

Мероприятия, отражаемые в ОТМ, в зависимости от области распространения действия внешнего документа в общих случаях могут предусматривать: проверку, пересмотр, внесение изменений или отмену действующих производственных документов, а также разработку новых документов, разъясняющих или уточняющих выполнение требований внедряемого документа.

ОРД по внедрению внешних документов подлежат обязательному согласованию с начальником ПТС.

Общий отдел после подписания генеральным директором ОРД о внедрении внешнего документа обеспечивает изготовление необходимого количества копий приказа и осуществляет его рассылку в структурные подразделения предприятия.

ПТС (группа стандартизации):

- получает копию ОРД о внедрении документа в организацию, регистрирует документ в журнале регистрации;

- размещает электронную копию документа в автоматизированной системе;

- в течение трех-четырех дней в соответствии с заявками подразделений готовит общую заявку на изготовление необходимого количества учтенных копий документа и после их изготовления производится выдача под подпись техникам по документации подразделений (ответственные лица) в соответствии с журналом выдачи документов по приказам. Документ выданный под подпись, считается учтенной в ПТС копией;

- вносит учетные данные в электронную картотеку автоматизированной системы;

- вносит изменения в перечень фонда предприятия;

- контролирует включение внедряемых документов в перечни подразделений при проведении проверок;

- осуществляет хранение контрольных экземпляров документов.

Ознакомление персонала с внедряемым документом или изменениями к документу проводится с оформлением записи в «Журнале ознакомления с внешним документом и изменениями» или в реестрах. Допускается в реестре указывать службы, отделы, участки, лаборатории, группы, куда будет направлен документ (учтенная копия) для применения в производственной деятельности. В указанных службах составляют свои реестры и хранят с документом до его отмены.

Внешний документ считается внедренным, если установленные в нем требования соблюдены и выполнены подразделениями в соответствии со сферой его действия и областью распространения, выполнены все мероприятия ОРД по внедрению документа. Руководитель подразделения, назначенный ответственным за внедрение внешнего документа, подтверждает окончание внедрения отчетом, утвержденным должностным лицом, контролирующим ОРД. При необходимости разработки дополнительных ОТМ подразделение, ответственное за внедрение документа направляет их с сопроводительным письмом в указанную дирекцию для обобщения.

Отчет о внедрении внешнего документа передается в ПТС, где хранится с копией ОРД о внедрении.

Контроль соблюдения требований внешнего документа в производственной деятельности осуществляют:

- при комплексных проверках подразделений;

– при самооценке деятельности подразделений – руководители подразделений;

– на этапе разработки производственной документации – персонал подразделений-разработчика и руководители этих подразделений;

– на этапе согласования производственной документации – руководители подразделений в соответствии с видом разрабатываемого документа.

Контроль исполнения ОРД предприятия по структурному подразделению (в том числе ОТМ) осуществляет руководитель этого подразделения с подготовкой и направлением отчета о выполненных в подразделении мероприятиях лицу (подразделению), ответственному за внедрение внешнего документа.

Система внутреннего документооборота невозможна без внутренних документов. Эти документы не покидают предприятие и используются для работы предприятия, его подразделений, отделов.

СПИСОК ЛИТЕРАТУРЫ

1. Гончарова Н.І. Документаційне забезпечення менеджменту: характерні ознаки і перспективи. //Студії з архівної справи та документознавства, т.12. – К., 2004. – С.130–132.
2. Ларин М.В. Управление документацией в организациях. – М., 2002. – 286 с.
3. Кулешов С.Г. Управлінське документознавство: Навч. посібник. –К: ДАККК і М, 2003. – 57 с.

Kharchenko V. V.

Ph.D in Economics,

associate professor

of the department of Information Systems

National University of Life

and Environmental Sciences of Ukraine

Onyshchuk V. R.

National University of Life

and Environmental Sciences of Ukraine

ADVANTAGES AND DEVELOPMENT PROSPECTS OF CLOUD TECHNOLOGIES IN ENTREPRENEURIAL ACTIVITIES

Keywords: cloud computing, the economic benefits, cloud, service, data storage, information.

Cloud technologies are widely used in developed countries since 2006, every year more and more used in the activities of Ukrainian enterprises. The relevance of the topic due to the fact that the implementation and use of cloud technologies in business will: simplify and accelerate processes, perform functional tasks, significantly reduce costs of the company and protect sensitive information. The issues of development of cloud computing were investigated by following scientists: S.Voitko, M. Denisenko, V. Geyets, S. Kiyuta, V. Fedorenko, V. Zahozhaj and others. A significant contribution to the development of cloud technologies did such companies as: Microsoft, Amazon, Salesforce and others.

Cloud computing allow consumers to use programs without installation and access to personal files from any computer that has Internet. This technology allows for much more efficient operation of business. This is achieved by centralization of management and accounting information, processing, bandwidth and reliability of data storage [9].

Actually cloud computing can be described as a paradigm that provides remote processing and data storage. Cloud is a server where you store information and applica-



Fig. 1 Services of cloud computing

Table 1
Responsibility when choosing a service model

Area of responsibility	Service models		
	IaaS	PaaS	SaaS
Client applications and settings	Client	Client	Client
Service applications and business logic	Client	Client	Provider
Application platform (Java, .Net, PHP)	Client	Provider	Provider
Database Management System	Client	Provider	Provider
Operating Systems	Client	Provider	Provider
Service virtualization	Provider	Provider	Provider
The hardware infrastructure	Provider	Provider	Provider

Source: developed on the basis of material [2].

tions that connected with users through the Internet. Services for cloud users are shown in Fig. 1.

Source: developed on the basis of material [11]

A common example of cloud computing is email services, such as: Gmail, Meta, etc. One need only an Internet connection, and it is possible to send mail, while additional software or server is not required [5].

Cloud computing is a general term for anything that involves delivery of hosting services over the Internet. These services generally can be divided into three categories:

- Software as a Service (SaaS)
- Platform as a Service (PaaS)
- Infrastructure as a Service (IaaS)

In the model Software as a Service the capability provided to the consumer is to use the provider's applications running on a cloud infrastructure. The applications are accessible from various client devices through either a thin client interface, such as a web browser, or a program interface. The consumer does not manage the underlying cloud infrastructure including network, servers, operating systems, storage, or even individual application capabilities, with the possible exception of limited user-specific application configuration settings [6].

Platform as a Service (PaaS). The capability provided to the consumer is to deploy onto the cloud infrastructure consumer-created or acquired applications created using programming languages, libraries, services, and tools supported by the provider. The consumer does not manage or control the underlying cloud infrastructure including network, servers, operating systems, or storage, but has control over the deployed applications and possibly configuration settings for the application-hosting environment [3].

Infrastructure as a Service. The capability provided to the consumer is to provision processing, storage, networks, and other fundamental computing resources where the consumer is able to deploy and run arbitrary software, which can include operating systems and applications. The consumer does not manage or control the underlying cloud infrastructure but has control over operating systems, storage, and deployed applications; and possibly limited control of select networking components.

Responsibility for different levels of software flow between the client and the supplier of cloud services provided by different service models shown in table 1.

Table 2

Characteristic of deployment models of cloud services

Private cloud	The cloud infrastructure is provisioned for exclusive use by a single organization comprising multiple consumers.
Community cloud	Is created and used by several organizations that adhere to the same principles when developing IT infrastructure.
Public cloud	The cloud infrastructure is provisioned for open use by the general public. It may be owned, managed, and operated by a business, academic or some combination of them. It exists on the premises of the cloud provider.
Hybrid cloud	The cloud infrastructure is a composition of two or more distinct cloud infrastructures that remain unique entities, but are bound together by standardized or proprietary technology that enables data and application portability.

Source: developed on the basis of material [6].

Producers and providers of cloud managed to create flexible system of services that fully meet the needs of the market. There are four major deployment models of cloud services which is formed now [2]. They meet four implementation strategies: «my», «our», «someone else's», «my+someone else's». A list and characteristics of deployment models of cloud services are presented in Table 2.

Cloud computing is essential in the development of modern information and communication technologies. Its feature is that the user rent computing power, disk space and so on. It allows minimizing capital investments. This is achieved by increasing operating costs and helps optimize resources and increase of business efficiency [8].

Consumption of these services is growing every year. Market of cloud technology providers is very competitive. Number of firms providing similar services in different spheres increasing. The most popular services has large companies which have long operated on the IT market and has gained the trust of consumers. For example: Microsoft, Google, Amazon, IBM, Apple, SAP, Kingston Technology, ESET, Oracle etc [7].

A characteristic feature of the use of cloud-technology is the not importance of territorial location. Place does not matter, it is important only connect to the Internet.

Developed countries are investing in cloud computing and introduce them to different areas of activity. According to research The Black Book of Outsourcing, investment in cloud computing technologies will be increased by 50-60% every year. They also noted strong interest on the part of small companies. This is because cloud-technologies provide organizations, which provide up to 100 computers, the ability to reduce the costs of their own IT infrastructure so that receive a monthly fee for the IT services of large enterprises.

The company Visiongain presented a report which said that the market for cloud services by 2016 will reach the mark of \$ 83 billion. This is a great indicator. In addition, the consulting company said that more than 30% of the world are deploying at least one cloud solution, which means widespread [4].

There are several variables that shape the market, «Service SaaS», which representing the largest market share in cloud services. They occupy 69% of all services by the results of 2014. Popularity of SaaS services will also increase the attractiveness of services IaaS (Infrastructure as a Service) and PaaS (platform as a service) as business is already starting to get used with cloud computing.

Table 4

Advantages of cloud computing

Accessibility	Access to the information stored in the cloud can get everyone who has a computer, a tablet, any mobile device connected to the Internet.
Mobility	User has no permanent attachment to a workplace. From anywhere in the world, managers can receive statements and leaders can monitor the production.
Cost effectiveness	One important advantage is reduced cost. The user does not need to buy expensive, large processing power to computers and accessories, software, and it is exempt from having to hire a professional to service the local IT-technologies.
Renting	The user is required only package at a time when he needs it, and pays only the number of purchased functions.
Flexibility	All necessary resources are provided by your ISP automatically.
High processability	The big computing power provided by the user in order that you can use for storage, analysis and processing.
Reliability	Some experts argue that the reliability of which provide modern cloud computing, much higher than the reliability of local resources.

Source: developed on the basis of material [6].

The problem in trying to determine the scope of the market is where to draw the line between traditional software and cloud. It is possible that the clouds will be just another distribution channel software. It is important mention how useful cloud for business and the benefits of cloud services. Last year, the total volume of the world market in sphere of cloud was about \$ 40 billion. Some experts predict that by 2020 this figure will reach \$ 240 billion [10].

There are several advantages associated with the use of cloud technologies, their detailed characteristics are shown in Table 4.

These advantages cloud technologies brings significant benefits in applying them in business. Thus, the company Google Apps for Business provides the same advantages, but adds that the use of cloud computing company protects the environment. The cost of Google Apps for business, according to the company, \$ 5 per user per month, with free space on the disk 5 GB. You can buy more from 20 GB to 16 TB at a price of \$ 4 to \$ 1,430 per for month respectively. The user can purchase Google Apps with a safe for \$ 10 per month. This includes the standard package plus archiving of important business data, search and export of any corporate data. It should be mention that user is considered one e-mail address [9].

A significant market share in the cloud is a company Microsoft. Development of the company in the market of cloud services presented by Office 365 packages. It focuses on complex CRM-solution, arguing that Microsoft Dinamics CRM includes power management marketing, sales, customer service. This function makes it possible to solve problems relationship management spectrum, ranging from customer acquisition and ending cross-sales.

List of references

1. CLOUD Computing Summit 2013: RUF materials. Conf. (Kyiv, April 4, 2013). – K., 2013. – 123 p.
2. Cloud Hosting [Electronic resource] – Access mode: <https://www.eukhost.com/cloud-hosting/>

3. Cloud Computing: What is Infrastructure as a Service [Electron resource] – Access mode: <https://technet.microsoft.com/en-us/magazine/hh509051.aspx>
4. McWilliams D. CEBR The Cloud Dividend: Part Two / D. McWilliams // Report for EMC – London: Centre for economics and business research ltd, 2010. – 89p.
5. Predicts 2014: Cloud Computing Affects All Aspects of IT / Official web website of Gartner. [Electronic resource]. – Access mode: <http://www.gartner.com/technology/topics/cloud-computing.jsp>
6. Report for: «The NIST Definition of Cloud Computing» / – NIST Special Publication 800 – 145 // Peter Mell / Timothy Grance // National Institute of Standards and Technology Gaithersburg, September 2011.
7. Future mobility for investment in the business analytics technology [Electronic resource]. Inventure, 2012. – Mode Of access: http://www.inventure.com.ua/main/analytics/news_world/buduschee-za-investiciyami-v-mobilnye-tehnologii-i-biznes-analitiku
8. Kiuta S. O. Characteristic features of the investment enterprises / S. O. Kiuta // Investment and innovation strategy of the company: theses All-Ukrainian. nauk. and practical. Conf. (With international participation). – Zhitomir: ZSTU, 2012. – P. 171-172.
9. Insurance and Investment Management / Under Guiding. and Sciences. Ed. V.G. Fedorenko, V.B. Zahozhaj / V.G. Fedorenko, V.B. Zahozhaj, O.G. Chuvardynskyy and others. – K: AIDP, 2012. – 344 p.
10. Technology which earn billions dollars in 2013 [Electron resource]. 2012. – Access mode: <http://fortrader.ru/eto-interesno/na-kakix-texnologiyax-v-sleduyushhem-godu-mozhno-zarabotat-milliardy-dollarov.html>
11. The cloudy platform for management [Electron resource] – Access mode: <http://j.par-us.ua/ua/358>

ТЕНДЕНЦІЇ РОЗВИТКУ КОРПОРАТИВНОЇ СОЦІАЛЬНОЇ ВІДПОВІДАЛЬНОСТІ В СВІТІ

Анотація.

Надано підходи до визначення категорії корпоративної соціальної відповідальності. Досліджено вплив стейкхолдерів на діяльність компанії. Проаналізовано способи оприлюднення інформації про не фінансову діяльність компанії.

Ключові слова: корпоративна соціальна відповідальність, стейкхолдери, корпоративне громадянство, корпоративний соціальний звіт.

Annotation.

The approaches to the definition of corporate social responsibility are given. The influence of stakeholders in the company is researched. The ways of publication non-financial reporting of the company are analyzed.

Key words: corporate social responsibility, stakeholders, corporate citizenship, corporate social report.

Ще кілька десятиріч років тому вважалося, що основною метою діяльності будь-якої компанії є отримання прибутків. Компанії піклуються тільки про нарощення потужностей та доходів разом з цим. Проте останнім часом тенденції функціонування найбільших корпорацій світу частково заперечують такі ствердження. Терміном широкого вжитку став такий вид діяльності компанії, який передбачає не тільки економічну діяльність та отримання надприбутків. Останній тренд у світовій економіці – дотримання корпоративної соціальної відповідальності. Для багатьох корпорацій корпоративна соціальна відповідальність стала частиною її корпоративної політики та впливає на формування місії та стратегії розвитку компанії.

Корпоративна соціальна відповідальність (далі КСВ) – це добровільна благодійна діяльність компанії, сутність якої полягає в тому, щоб розробити та реалізувати неприбуткові, соціально орієнтовані заходи, з метою покращення умов, стану зовнішнього середовища компанії: споживачів, співробітників, країни в цілому.

З 90-х років 20 століття КСВ почало активно поширюватись серед великих компанії розвинених країн. Однією з перших умов, яка задала тренд до створення КСВ для різних компаній по всьому світу, став процес глобалізації.

КСВ – це складна економічна категорія. Для того, щоб об'єктивно оцінити сутність даного поняття, необхідно розглянути кілька підходів визначення КСВ.

В той час, коли КСВ не мала такої популяризації серед більшості корпорацій світу, а поширювалась тільки як ідея, в світ вийшла наукова стаття, яка набула широко розголосу. В 1970 році в The New York Times Magazine було опубліковано статтю Мілтона Фрідмана «Соціальна відповідальність бізнесу – збільшувати власний при-

буток». Головною ідеєю статті є абсолютне осудження та заперечення концепції соціальної відповідальності бізнесу. Згідно тверджень Фрідмана участь бізнесу в благодійних заходах є нерациональним використанням капіталу корпорації. Тим більше, бізнес допомагає суспільству вже тим, що виробляє певні товари та послуги, створює робочі місця. Але в той же час, автор не заперечує подібну філантропію для бізнесу в тому випадку, коли вона веде до збільшення доходу підприємства. На приклад в тому випадку, коли замість сплати податку компанія надає перевагу благодійній діяльності, що згідно законодавства США частково звільняє її від сплати податків. Вихід цієї статті викликав великий резонанс серед науковців. І по цей час економісти заперечують дану теорію або ж підтримують її.

Наступна теорія є абсолютно протилежною судженням Фрідмана – теорія корпоративного альтруїзму, створена Комітетом з економічного розвитку. Сутність теорії полягає в тому, що бізнес повинен піклуватись не тільки про ріст прибутку компанії, а й робити вагомий внесок у підвищення рівня життя суспільства, у вирішення суспільних проблем та в збереження навколишнього середовища.

Наступний підхід розглядає КСВ як просто хороший бізнес. Теорія «розумного егоїзму» полягає в тому, що КСВ дає можливість зменшити довготривалі втрати прибутку компанії. Спочатку, витрати на КСВ зменшують прибуток компанії, проте це в короткостроковому періоді. У довготривалій перспективі КСВ створює стабільний прибуток, завдячуючи сприятливому соціальному оточенню та підвищеній лояльності клієнтів до компанії. Згідно цієї теорії для компанії основним мотивом благодійної діяльності є «ефект публічності», який і приносить в майбутньому прибуток компанії.

Для того щоб сформулювати якийсь компромісний підхід для визначення даної економічної категорії, в 90-х роках було створено інтегрований підхід. Головною перевагою цього підходу є те, що він пом'якшує суперечність між інтересами суспільства та інтересами бізнесу.

Не дивлячись на те, що трактування КСВ змінювалось впродовж кількох десятиліть досить активно, воно і зараз змінюється під впливом різних емпіричних досліджень, які в основному націлені на те, щоб дослідити кореляційну залежність між прибутком компанії та її корпоративною соціальною відповідальністю. Проте дослідити те, як це впливає на економічні показники досить складно. Дослідники виділяють найактуальніші проблеми впровадження політики КСВ [3]:

- відсутні загально стандартизовані правила та принципи реалізації КСВ;
- невідомо як КСВ впливає на профіль ризику компанії
- розрахувати отриману продуктивність від реалізації КСВ дуже проблематично.

Основною ідеєю КСВ є позитивний вплив компанії на його зовнішнє середовище, враховуючи інтереси зацікавлених сторін – стейкхолдерів. Стейкхолдер – це організація або окрема людина, яка має вплив на компанію або ж піддається її впливу. До числа стейкхолдерів належать працівники компанії, покупці, громадські організації або державний уряд. Стейкхолдерів ділять на внутрішніх та зовнішніх. До зовнішніх стейкхолдерів належать різні громадські організації, профсоюзи, кредитори, інвестори, інші організації. До внутрішніх – акціонери компанії, її працівники, менеджери.

В умовах ринкової економіки компанії перебувають під серйозним впливом стейкхолдерів на їхню діяльність. Якщо раніше компанії дозволяли собі випускати продукцію і не піклуватись про екологічність виробничого процесу, відповідність продукції різним стандартам або ж ігнорувати законодавство країни, в якій розташований той чи інший завод, то сьогодні це зовсім не так. Одні з перших, хто впливає на діяльність компанії – це споживачі її продукції.

Компанії, які ведуть політику КСВ, проводять велику кількість емпіричних досліджень для того, щоб дізнатись вплив КСВ на свідомість покупця. Так, створюються експертні групи, на основі тверджень яких проводяться дослідження та робляться певні висновки. Раніше вважалося, що КСВ впливає на своїх покупців тільки позитивно. Покупці, які знають, що компанія використовує тільки екологічні продукти, не експлуатує дитячу працю та піклується про добробут своїх працівників завжди була у вигравші і завдяки такій репутації відношення споживача було більш лояльним. Але сьогодні спостерігається тенденція, коли покупець навмисно не купує продукцію компанії, яка публічно висвітлює результати своєї благодійної діяльності. Такий вчинок пояснюється тим, що споживач вважає це нещирим та штучно створеним.

Згідно досліджень Nielsen, які було проведено у 2014 році, 55% споживачів у світі засвідчили, що готові переплатити за товари тих компаній, які дотримуються політики КСВ, а 52% користувались послугами або ж купували товари соціально відповідальних компаній як мінімум 1 раз за останні півроку [1]. Результати опитування українських споживачів показує, що 44% опитуваних готові заплатити більше за ті товари, які беруть участь у соціальних програмах, а 46% респондентів погодились з твердженням, що хоча б раз купували продукцію або користувались послугою виключно по причині участі компаній у реалізації соціальних ініціатив [1].

За результатами дослідження було виявлено, що тенденція популярності



Рис. 1. Джерело інформування споживачів про КСВ компанії

тренду КСВ хоч і позитивно сприймається споживачами, проте перед тією чи іншою покупкою покупці дуже рідко роблять дослідження про соціальну активність компанії. Така тенденція спостерігається не тільки серед вітчизняних споживачів, а у світі в цілому (рис. 1) [1].

Аналізуючи український ринок було виявлено, що більшість українських компаній визнали зростання ролі КСВ однією з найпомітніших тенденцій. Більша половина українських компаній, а саме 73% підтримують та впроваджують політику КСВ [1]. Впровадження та реалізація політики корпоративної соціальної відповідальності впливає на покращення репутації компанії та зміцнює бренд компанії (зазначило 87% респондентів) [1].

Досліджуючи можливі перспективи розвитку КСВ в майбутньому, можна сказати, що для стійкого розвитку бізнесу необхідною є моральна складова цього процесу. Зв'язуючою ланкою між бізнесом та суспільством може стати корпоративне громадянство.

Термін «корпоративне громадянство» виникло паралельно розвитку теорії КСВ.

Корпоративне громадянство включає:

- внутрішню порядкову відповідальність, яка відповідає за всі організаційні процеси компанії;
- зовнішню порядкову відповідальність, яка відповідає за відповідальність компанії перед суспільством, в якому вона функціонує.

Корпоративне громадянство все більше цікавить вчених, тому є предметом частих дискусій щодо наслідків залучення суспільства до бізнесу. Дослідник Андроїф у своїй роботі корпоративне громадянство розглядає як таке, що включає в себе не тільки юридичні визначення права та обов'язку, але й певний політичний елемент, який несе в собі якісь додаткові обов'язки. Такі обов'язки виходять за межі однієї компанії та існують в трьох вимірах: екологічному, соціальному та економічному [2]. Тому можна вважати, що поняття «корпоративного громадянства» збігається з поняттям «корпоративної соціальної відповідальності», але є ширшим і означає, що компанії повинні розширити свої горизонти інтересів та вийти за традиційні рамки.

Оскільки і внутрішні, і зовнішні стейкхолдери спостерігають, досліджують й тим самим впливають на діяльність компаній, організаціям дуже важливо публічно висвітлювати результати своєї соціально відповідальної діяльності. Таким чином, ще в 90-х роках 20 століття європейські компанії почали опубліковувати свою соціальну звітність. Соціальна звітність або корпоративний соціальний звіт – це публічний інструмент інформування акціонерів, співробітників, партнерів та суспільства в цілому про те, як та якими темпами організація реалізує цілі економічної стійкості, соціального благополуччя та екологічної стабільності.

Для створення подібної звітності використовують стандартизовані форми. Найбільш визнаними є Стандарт AA1000, розроблений Інститутом соціальної та етичної звітності в Лондоні, та Керівництво GRI, розроблене Глобальною ініціативою по звітності в Амстердамі.

В основі Стандарту AA1000 лежать такі принципи [2]:

- принцип матеріальності. У звіт включається інформація, яка показує наскільки успішною є стійкий розвиток організації, необхідний стейкхолдерам для прийняття рішень та дій;

- принцип завершення – оцінка рівня компанії, в якій компанія виявляє матеріальні аспекти стійкого розвитку;
- принцип відповідальності. Відбувається оцінка відповідних дій організації на запити стейкхолдерів.

Цей стандарт широко використовується та цінується компаніями по тій причині, що він дозволяє точно вказати недоліки соціальної стратегії компанії, дає оцінку загальному керуванню компанією.

Дотримуючись принципів КСВ компаніям вже недостатньо вести тільки не фінансову звітність. Опубліковуючи результати своєї діяльності необхідно включати ряд показників, відмінних від стандартних. Для створення такої звітності використовують багато підходів, одним з яких є трійний підхід або Triple Bottom Line (3BL) [2]. Цей підхід дозволяє оцінити результативність вкладу компанії в розвиток суспільства за трьома аспектами її діяльності: економічний, екологічний та соціальний. Відповідно до цього підходу корпоративна звітність і складається з цих трьох розділів.

У соціальному розділі публікуються дані, які відображають вклад компанії в охорону праці та здоров'я персоналу, опис соціальних програм допомоги населенню, в яких компанія приймала участь. Основні показники описують правила управління персоналом в компанії, корпоративний кодекс компанії, її відношення до суспільства.

Економічний розділ відображає не тільки фінансові показники компанії. В ньому описується також економічна стратегія розвитку компанії та її вклад в розвиток національної економіки.

Екологічний розділ націлений на розкриття інформації про захист навколишнього середовища, які технології використовує компанія для підтримки екологічного балансу. Також представлені дані про споживання енергії, всіх природних ресурсів, які використовує компанія та дані про викиди забруднюючих речовин.

Публікація корпоративної соціальної звітності є досить затратною для компанії, проте робить її привабливішою та більш відкритою до споживачів. Це дозволяє продемонструвати те, на скільки компанія дотримується своєї місії, як реалізуються стратегічні цілі компанії та досягнуті результати соціальної відповідальності. Вагомою перемогою такої звітності є її відкритість не тільки для менеджерів, акціонерів компанії а й всім групам стейкхолдерів. Тому, безперечно, корпоративна соціальна звітність покращує імідж, впізнання бренду та його репутацію серед стейкхолдерів. Регулярна публікація корпоративної звітності підвищує довіру до компанії зі сторони акціонерів. Розглядаючи вплив не фінансової звітності на персонал компанії можна сказати, що для них це виступає мотивуючим фактором. В свою чергу це має вплив і на потенційних працівників компанії, які можуть у відкритому доступі отримати інформацію подібного характеру.

Корпоративна соціальна звітність позитивно впливає не тільки на споживачів та уряд держави, а й своєю прозорістю може привабити нових для компанії інвесторів. Адже доступність інформації про результати економічної та соціальної діяльності компанії дозволяє інвесторам ретельно аналізувати ризики інвестування. Це, в свою чергу, збільшує ймовірність інвестування в компанію та її проекти.

Отже, сьогодні корпоративна соціальна відповідальність – це не просто теорія. Для корпорацій це вже стало стратегією сталого розвитку, яку вона зі всією

старанністю дотримується та максимально відкрито висвітлює дані такої діяльності. Досить складно оцінити ефективність реалізації КСВ, оскільки ця дефініція не має точних критеріїв, її складно виміряти кількісними показниками. Більшість емпіричних досліджень будуються на результатах опитування респондентів. Та для вчених це своєрідний виклик, який підштовхує їх дослідити дане питання. І варто зазначити, хоч навколо сутності КСВ існує дуже багато суджень та протиріч, це не завадило сьогодні стати одним з найголовніших трендів розвитку політик та стратегій для найбільших компаній світу.

Література:

1. Кудирко О. В. Соціальна відповідальність – сучасний тренд у поведінці споживачів / О. В. Кудирко // Бізнес інформ. – 2015. – № 1. – С. 383 – 384.
2. Нагорнов А. В. Исследование социальной ответственности компании / А. В. Нагорнов, М. С. Солнцева // Корпоративные финансы. – 2007. – № 2. – С. 116 – 118, 126 – 129.
3. Meyer K. The Influence of Corporate Responsibility on the Cost of Capital: An Empirical Analysis 2006 / K. Meyer, A. Zamostny // Deutsche Bank. – 2006. – P. 13

Харченко Ганна Анатоліївна

к.е.н., старший викладач кафедри менеджменту
ім. проф. Й.С. Завадського,
Національний університет біоресурсів
і природокористування України,
м. Київ

Дісковський Дмитро Сергійович

студент,
Національний університет біоресурсів
і природокористування України,
м. Київ

САМОРОЗВИТОК МЕНЕДЖЕРА ЯК СКЛАДОВА ПІДВИЩЕННЯ ЕФЕКТИВНОСТІ УПРАВЛІНСЬКОЇ ДІЯЛЬНОСТІ

Ключові слова: саморозвиток, менеджер, управління, стилі управління

Key words: self development, manager, management, management styles.

На сучасному етапі розвитку суспільства постає потреба у висококваліфікованих фахівцях. Саме тому необхідною умовою підвищення компетентності працівника є саморозвиток, адже щоб особистість успішно реалізувалась, їй потрібно володіти системою морально-духовних цінностей. Саморозвиток – зміна світогляду суб'єкта у напрямі свого розвитку, що виникає під впливом зовнішніх і внутрішніх причин.

Зауважимо, що саморозвиток менеджера – це процес усвідомленого цілеспрямованого розвитку себе як керівника, який включає самостійне вдосконалення своїх знань, умінь, особових і функціональних якостей, компетенції в цілому, що забезпечують ефективність професійної діяльності [1; 2]. У цьому процесі поєднуються наступні складові:

- особовий розвиток;
- інтелектуальний розвиток;
- професійний розвиток;
- підтримка фізичного стану.

У практичному плані про професійний розвиток людини говорять в тих випадках, коли рівень її майстерності не просто якось змінюється, а підвищується на порядок. Професійний саморозвиток – це не масове і навіть не типове явище, тому що не всі володіють якостями, які необхідні для цілеспрямованої роботи над собою. Саморозвиток відбувається тільки у тих, хто володіє необхідними якостями, головними з яких є: внутрішня мотивація на професійні завдання, досягнення високих результатів в їх вирішенні і мотивація на себе; здатність до саморозвитку; розуміння змісту і методичних основ саморозвитку. Рівень активності професійного розвитку визначається структурою мотивів трудової діяльності менеджера. Якщо в цій структурі внутрішні мотиви займають домінуючі позиції або, ще краще, один з них є провідним мотивом, то це забезпечує вмотивованість менеджера на саморозвиток. Якщо

ж провідним мотивом є один із зовнішніх мотивів і в структурі мотивації менеджера на домінуючих позиціях відсутні внутрішні мотиви, можна говорити про відсутність мотивованості на професійний саморозвиток, самовдосконалення.

Ефективність саморозвитку менеджера залежить і від зовнішніх чинників: організаційних і соціально-психологічних умов професійної діяльності, в ширшому контексті – від корпоративної культури підприємства; доступності для нього сучасних інформаційних систем, а також підготовленості до роботи з ними; методичного забезпечення умов професійного розвитку.

Варто зауважити, що формування мотивів і зміна структури мотивації професійної діяльності – процес складний і тривалий. Тому неможливо швидко сформувати у менеджера вмотивованість на саморозвиток, якщо її немає в структурі його мотивів. Наявність даної мотивації є одним з головних професійних якостей менеджера.

Основу здатності до саморозвитку складають уміння: бачити свої недоліки і обмеження; аналізувати їх причини у власній діяльності; критично оцінювати результати своєї роботи, причому не лише невдачі, але й особливо успіхи. Ці вміння прості і зрозумілі, але не всі менеджери володіють ними в достатній мірі, а сформувавши їх самостійно складно. Тому для створення передумов саморозвитку менеджерів необхідно пройти спеціальне навчання, об'єм якого індивідуальний для кожного.

Створення умов і ресурсів для саморозвитку, звичайно, вимагає визначення, іноді значних, фінансових витрат. Після проходження всіх етапів становлення в організації, менеджер має нагоду підійнятися по кар'єрних щаблях організації і зайняти посаду керівника структурного підрозділу або керівника усього підприємства. Кар'єра керівника — це індивідуально усвідомлені та змінювані позиції і поведінка, пов'язані з трудовим досвідом і діяльністю протягом його життя.

До основних цілей ділової кар'єри керівника з точки зору його життєвих позицій відносять: відповідальність професії і займаної посади рівню самооцінки керівника; отримання морального задоволення; гідна оплата управлінської праці; наявність різних пільг, що є додатковим стимулом для діяльності; повага зі сторони соціального оточення (рідних, знайомих тощо); наявність вільного часу для самовдосконалення, відпочинку виховання дітей тощо; творчий характер діяльності, досягнення відносної незалежності; потенційна можливість гідного життя після виходу на пенсію.

На сьогодні існує достатня кількість так званих «моделей» керівника, які включають відповідні професійні та морально-особистісні вимоги. При цьому кожна така модель створювалася на основі практики. Їх суть полягає в тому, що виділяються основні риси, вимоги, якими повинен володіти сьогоdnішній керівник, менеджер: організаторсько-ділові риси, професійні, особистісні якості, риси характеру.

Кожен успішний керівник повинен володіти такими навичками, як [1]:

– компетентність — кожен менеджер повинен знати, як на високому професійному рівні виконувати свою роботу; чуття нового та вміння йти на розумний ризик; гнучкість, чуття оточуючого, гостре сприйняття виникаючих потреб, відчуття часу, подій; високий ступінь відповідальності в усіх справах та збереження при цьому власної гідності; висока працездатність, постійне прагнення бути кращим і робити все найдосконалішим чином; функціонувати в екстремальних умовах.

Кожен керівник повинен мати певний стиль управління. В наш час можна

спостерігати чотири найбільш розповсюджених структури управління.

Авторитарний стиль управління характеризується одноосібним прийняттям керівником всіх рішень, жорсткий тотальний контроль за виконанням рішень із погрозою покарання, відсутність інтересу до працівника як до особистості. За рахунок постійного контролю цей стиль управління забезпечує цілком прийнятні результати роботи, але недоліків більше, ніж переваг: висока ймовірність помилок-вих рішень; придушення ініціативи, творчості підлеглих, уповільнення нововведень, застій, пасивність співробітників; незадоволеність людей своєю роботою, своїм положенням у колективі; несприятливий психологічний клімат, що обумовлює підвищене психологічно-стресове навантаження і шкідливий для психічного і фізичного здоров'я [3].

Демократичний стиль управління характерний тим, що управлінські рішення приймаються на основі обговорення проблеми, врахування думок і ініціатив співробітників, виконання ухваленого рішення контролюється і керівником, і самими співробітниками, керівник проявляє інтерес і доброзичливу увагу до особистості співробітників, до їхніх інтересів, потреб, особливостей.

Діловий стиль управління характеризується високою суворістю корпоративної етики, стосовно трудової діяльності об'єктів управління та вся енергія працівників спрямована на безпосередню участь в процесі діяльності підприємства. Діловий стиль управління зосереджує працівників лише на робочих аспектах діяльності, які відповідають меті підприємства [3].

Сімейний стиль управління характерний тим, що всі працівники знаходяться в так званій зоні комфорту, та зосереджуються не лише на питаннях, які відповідають робочому процесу, а й на питаннях їх повсякденного життя. При даному стилі управління працівники не проявляють ініціативи стосовно розвитку та підвищення ефективності діяльності підприємства. Всі працівники зосереджені на утриманні позицій, які є в даний момент і перебуває в межі стабільності. При такому стилі управління підприємство не може зазнавати розвитку [3].

Таким чином, саморозвиток характеризується участю самої особистості в покращенні та удосконаленні своїх професійних та особистих якостей.

Список використаної літератури:

1. Гриценко Т.Б., Гриценко С.П., Іщенко Т.Д., Мельничук Т.Ф., Чуприк Н.В., Анохіна Л.П. Етика ділового спілкування: / за редакцією Т.Б. Гриценко, Т.Д. Іщенко, Т.Ф. Мельничук / Навч. посібник. — К.: Центр учбової літератури, 2007— 344 с.
2. Менеджмент у сфері послуг [Текст]: навч. посіб. для студ. вищ. навч. закл. / О.Б. Моргулець. — К.: Центр учбової літератури, 2012. — 383 с.
3. Професійний саморозвиток майбутнього фахівця: Монографія / За ред. В.А.Ковальчук. — Житомир: Вид-во ЖДУ ім. І. Франка, 2012. —204 с.

SEKCJA 25. EKONOMIKA. (ЭКОНОМИЧЕСКИЕ НАУКИ)

ПОД- СЕКЦИЯ 8. Международные экономические отношения.



Krokhiina Anastasiia

Master,

Lviv Ivan Franko National University

**GOVERNMENT REGULATION AND TAXATION
OF INTERNET COMMERCE IN UKRAINE**

The article analyses government regulation and taxation of the Internet trade in Ukraine. The concept of government regulation (including tax law regulation and taxation) of economic entities involved in electronic activities and social relations which are created within the information environment of the global computer network is suggested. This meets the objectives of the national economic security and the recovery of the national economy.

Key words: Internet commerce, government regulation of the Internet commerce, e-commerce, taxation of the Internet commerce, online payments market.

Problem formulation. Inadaptability of the majority of the existing tax law rules to current conditions of economic activities is the main reason for tax legislation for Internet commerce being unregulated. The online payments market is rapidly growing and tax authorities of all countries, Ukraine in particular, are interested in its being transparent and controllable as well as in taxes being paid by its entities. In the conditions of globalization processes in the world, informatisation of the world society and restructuring of Ukrainian economy into the market one, all prerequisites for the emergence of the newest forms of trade in Ukraine such as: Internet commerce, e-commerce, network marketing, mail order trade, etc. have evolved. Government regulation of such forms is conducted on the basis of current legislation which was developed without taking into account the specifics of such forms of trade thus leading to considerable constraints to their successful development. Being influenced by a progressive development of science and technology new institutions of

social relations are evolving and existing ones are transforming and transmuting. Taxation, which in Ukrainian realities requires a substantial reform, is among these.

The issue of government regulation and taxation of the Internet trade has been researched on by such compatriot scientists as: S.P. Rippu, A.M. Novytskyi, V.S. Tymbaliuk, S.P. Pozniakova and others. However, there are numerous problems and contradictions in government regulation and taxation of the Internet commerce which have become the research object of the given article.

Research results. With the advent and accessibility of the Internet throughout the world and in Ukraine, electronic commerce (e-commerce) started entering our domestic economy rapidly without any legal ground and with no government regulation of it, which affects the state treasury through tax revenue shortfall. This is a topical issue in Ukrainian realities of the shadow economy. Failure to pay taxes on trading in digital space is based on the lack of government control and impossibility to track trading transactions on the network as well as impossibility to track electronic money flow. Numerous issues requiring government regulation hinder the development of the Internet commerce; one of the pressing ones is the tax burden for this form of trade since this specific sector of trade has a solid ground for “avoiding” taxes easily. This problem is gaining momentum and relevance for Ukraine in the realities of globalization, after all the growth of the shadow business on the Internet is a well-known fact since the goods on offer for Ukrainian consumers in the domestic market are in many cases either smuggled or counterfeit. Availability of so-called digital goods and services, such as music, films, software, various consulting services, etc online constitute a pressing problem. It is next to impossible to identify the origin and the place of consumption of such goods. Impossibility to control and track commercial monetary transactions stems from the use of electronic money, subject to taxation, for business over the Internet. Under such system of money circulation both sales taxes, since trade and intermediary transactions do not fall under the system of document records, and direct taxes are jeopardized. In particular, it becomes possible to obtain a job through the Internet and receive payments for the work done or services delivered. [3].

Economy being the base for society's development, the basic condition for its successful development is an effective functioning of business entities, therefore, the main task of the governments of all countries is to facilitate the most favourable environment for the functioning of businesses of all forms of ownership [4]. It should be noted that, the growing importance of e-commerce and the burning problems caused by the existing gaps in taxation of this field are becoming the focus of special attention of international organizations. According to international analytical companies, within the next five years the number of users shopping in online stores will increase by 75%, and an average value of purchases per one person by 50%. If these forecasts become true, the revenues from e-commerce in Europe will amount to 345 billion euros by 2017[1].

As a result of inefficiency of national legislation in this field, Internet businesses are not actually recognized as subject to taxation (or are not subject to taxation due to the lack of law-based mechanism for such taxation) and altogether fall out from the sphere of government and tax regulation. Taking this into account it is essential to study the existing international experience in this field and identify the main approaches of different countries and international organizations to solving the issues of legal regulation and taxation of trade and economic activities conducted over the Internet. Some countries have

created their own special programs for boosting the development of Internet commerce. The experience of the Member-States of the European Union concerning the taxation of e-commerce is useful for Ukraine. Based on the interest to replenish the state budget, the concept of maximum state interference into the activities of e-commerce enterprises constitutes the foundation for these countries' policies. The governments of these countries bet on the assumption that at some stage of development of the global digital economy, taxes on the turnover from commercial operations conducted over the World Wide Web will become a vital revenue filling both national budgets of these countries and the general integrated budget of the European Union [6].

However, rigid government interference and maximum tax burden are unacceptable for Ukraine where Internet trade is a novel type of business being at a developmental stage. First of all, this is contrary to the market relations and free trade development cannons and creates a stratum of companies trying to avoid paying taxes. Government regulation is obligatory, but it is supposed not to hinder the effective functioning of enterprises but give them an opportunity to develop with minimal interference. The function of the tax authorities should be transformed from purely fiscal (managing) to that of a partner (serving and controlling), which along with a harmonious tax burden and scheduled inspections of online stores could ensure that the state budget is filled, this field of trade develops and consumers are protected against fraud occurring in "illegal" online stores. For this purpose, it is suggested that indirect government regulation should be emphasized on and attention should be paid to the pricing of certain commodity groups, such as baby food, medicines, essential goods, etc. Impossibility to fix the permanent representative office being the feature of the Internet, the USA and the EU have proposed a simplified procedure for paying taxes. In particular, it is suggested that the providing of digital goods be equated to providing services and taxes be levied at the location of the buyer, and non-residents be registered as VAT payers instead of registering a permanent representative office [12].

Given that any product sold on the Internet is considered a service and not a commodity, consumption taxes should be paid at the location of its use. New adapted rules for levying VAT on e-commerce within the EU were introduced back in 2002. On the one hand, these rules enable tax authorities to exercise state control over e-commerce effectively, and on the other hand, to stimulate business entities to conduct legitimate economic activities and pay taxes in due time [11]. With the growth of popularity of e-commerce in Ukraine in recent years, the State Tax Administration has become increasingly interested in this field. In autumn 2009, local tax inspectorates were instructed to explore the names of the existing online stores, identify their economic entities and monitor their tax payments through monthly inspections [14]. The government's interest in collecting taxes from e-commerce enterprises is also reflected in the Concept of the bill "On a Simplified System of Taxation, Accounting and Reporting of Small Business Entities" [15]. It proposes to narrow the list of activities subject to simplified taxation. It offers to limit the application of the simplified system taxation of economic entities among others for those selling goods (services) over the Internet [15]. We believe, that in the times of crisis and shortage of working capital, a change in the system of simplified taxation for small business is inexpedient and may lead to the loss of working capacity of small online stores and the retreat of many of them into the shadow, this will affect the state treasury as well. Moreover, an increase of the tax burden for Internet commerce businesses will make them raise prices for their products (services);

this will affect consumers' spending and may even reduce the number of Internet commerce businesses, which will succumb to the changes in the fiscal policy. It should be taken into account, that e-business in Ukraine is in its infancy and needs a balanced tax burden as well as a government support for an effective development of this field of trade.

Network marketing (multilevel marketing MLM) is another novel form of trade, which is not regulated by the government at all. In Ukraine this trade form is popular among representatives of such MLM brands as Mary Key, Avon, Oriflame and Faberlic cosmetics, "Herbalife" supplements, Amway household products and many other similar companies known to almost every Ukrainian. Activities of such companies involve the sale of their products by recruiting new employees, so-called "consultants", who sell products at catalogue prices (which are approximately 30% – 60% higher than purchase prices). The consultant himself has a discount (a discount on catalogue prices), which is his salary. It is clear that the consultant does not pay any sales taxes, since VAT (or single tax) has already been paid by the company itself, which as a rule is registered as either a company with limited liability or a private enterprise. "Signed" distributors purchasing the goods directly are both consumers and "sellers". The tax is paid on this sale, therefore, the Tax Administration has nothing to find fault with as the catalogues are not shown and it is next to impossible to prove the fact of sale to the "final purchaser", who is not a member of the "structure". Hence, in addition to the taxation issue (the country loses millions of hryvnias annually) the issue of protecting consumer rights of those "final purchasers" arises since they are not given either a receipt or any other document confirming the purchase. The sale occurs "from hand to hand" and is based on trust [13]. For example, the Official Code of Georgia, USA determines clearly the volume of sales and their amount to be generated by the "seller" (company owner), since the tax will be paid anyway on this fixed amount (15 million US dollars or 3 million units of goods), unless the external audit detects a greater revenue. The need for Ukraine to develop a taxation for this type of business is long overdue.

The solution of the problem of taxing the results of economic activities on the global computer network is complicated worldwide by the fact that current legislation is aimed at regulating traditional relationships. Moreover, network marketing has no legal framework for its economic activities. The legalization of economic activities based on network marketing in Ukraine would enable the development of this sphere of entrepreneurship, which, in its turn, would facilitate the creation of new jobs and as a result budgets of different levels would receive additional funds. At the present stage of development, the improvement of telecommunication systems is taking place at a frantic pace all over the world, this, in its turn, intensifies the development of a new type of economic activities – electronic commerce. This enables both entrepreneurs and common citizens to use the global Internet network for conducting business, placing and paying for diverse orders, submitting tax reports electronically, etc. E-commerce is becoming increasingly common in the world and in Ukraine in particular.

American proposals on harmonization and simplification of administration of taxes on electronic commerce are noteworthy:

1) introduction of "Base State Tax Administration", under which a multistate seller would be responsible for dealing on most matters of tax administration only with the state where its base is;

2) introduction of "Real Time Tax Administration" in which the electronic technology

through which the purchase and payment is being made also administers the sales and use tax;

3) the tax system is to be improved by making substantive and procedural improvements enabling an interstate seller conducting an e-commerce to interact with each state in which it pays taxes and each state is responsible for administration of its own tax. [4, p. 74].

In general, commercial transactions over the Internet are transparent because they are sure to go through bank accounts or sellers' cash registers. However, considerable problems also occur in this field being caused by the specifics of electronic commerce. It should also be mentioned that electronic business, as of today, escapes the attention of Ukrainian tax legislation, which leads to the loss of a significant source of budget revenues and the development of the shadow trade sector.

Conclusions. The legislative base of Ukraine already has some developments in this area, such as: the Law of Ukraine "On Electronic Documents and Electronic Document Circulation", "On Electronic Digital signature", etc. These regulations create grounds for subsequent supervision of purchase and sale transactions in the sphere of Internet commerce; however, in order to solve the issue of tax regulation of e-commerce activities on the territory of Ukraine key legislation regulating e-commerce should be introduced. A law on e-commerce determining the main ways and tools for state regulation and taxation of the electronic segment of the national economy should become the base of this legislation. Moreover, it is expedient to create a law on protection of the rights of e-commerce entities, which should guarantee the legal force of agreements concluded by means of networking technologies.

For the enforcement this legislation it is expedient to create a special infrastructure which would service the segment of electronic business and guarantee the functioning of the tax liabilities settlement mechanism. Furthermore, the experience of other countries should be considered when developing this legislation in order to avoid loopholes in tax laws and double taxation.

It should also be noted that the Internet commerce is becoming increasingly common and requires specific taxation conditions due to the peculiarities of its conduction. These suggestions can be incorporated into the national taxation system and ensure an increase in budget revenues as well as make impossible for business entities to avoid taxes.

References

1. Баранов О. А. Інформаційне право України: стан, проблеми, перспективи / О.А. Баранов. – К.: СофтПрес, 2005.
2. Белинский В. Правила игры. Налог на сервер / В. Белинский, И. Свердлов // Контракты. – 2006. – № 5. 13. Палійчук Г. М. MLM в Україні: «поза податкове» підприємництво чи спосіб боротьби з безробіттям? [online]: Фонд Пінчука . – Available: <pinchukfund.org/ storage/students/works/2009/665.doc>.
3. Електронна комерція: правові засади та заходи удосконалення: [monograph] / В. Брижко, А. Новицький, В. Цимбалюк, М. Швець; за ред.: члена-кореспондента АПРН України М. Швеця (заг. ред.), А. Москаленко, к.ф.-м. наук, О. Гладківської. – К.: НДЦПІ АПРН України, 2008. – 149 с.
4. Ковальчук А. Интернет-магазины теряют налоговые льготы [online] // Дело, 27 апреля 2010. – № 70, – Available: < http://smi.liga.net/articles/ IT102311.html>.
5. Концепція законопроекту «Про спрощену систему оподаткування, обліку та

- звітності суб'єктів малого підприємництва» [online]. – Available: <http://www.dkrp.gov.ua/control/uk/publish/article?art_id=147961&cat_id=3757>.
6. Офіційний веб-сайт Державної податкової адміністрації України [online]. – Available: <<http://www.sta.gov.ua>>.
7. Офіційний веб-сайт Державного комітету статистики України [online]. – Available: <<http://ukrstat.gov.ua/operativ/operativ2008/vvp>>.
8. Позняков С. Адміністративно-правові аспекти державного контролю і правоохоронної діяльності у сфері оподаткування електронної торгівлі / С.Позняков // Правова інформатика. – 2007. – № 2 (14).
9. Покатаева О.В. Державне регулювання трансформації торгівельно-економічних відносин: інституціональний підхід: монографія / О.В. Покатаева. – Запоріжжя: Вид-во КПУ, 2009. – 408 с.
10. Смит Марсия С., Мотефф Джон Д. Интернет: Обзор важнейших вопросов технической политики, влияющих на его использование и рост [online] // Доклад Исследовательской службы Конгресса. – Available: <<http://www.infousa.ru/information/98-67.htm#tax>>.
11. Тедеев А. А. Электронная коммерция (электронная экономическая деятельность): правовое регулирование и налогообложение / А. А. Тедеев. – М.: Приор-издат, 2002. – 224 с.
12. Тедеев А. А. Право Інтернету у країнах: концепції оподаткування суб'єктів електронної комерції (електронної економічної діяльності) [online]. – Available: <http://referaty.net.ua/referaty/referat_47169.html>.
13. Швабій К.І. Вплив глобалізацій на систему оподаткування та податкову політику України [online]. – Available: <<http://www.niss.gov.ua/book/StrPryor/10/17.pdf>>.
14. Usage and population statistics [online]; Internet World Stats. – Available: <<http://www.internetworldstats.com/am/us.htm>>.
15. Maguire S., Noto N.A. Internet Taxation: Issues and Legislation [online]; Congressional Research Service. – Available: <<http://wikileaks.org/wiki/CRS-RL33261>>.
16. "Global e-commerce. Impacts of national environment and policy" Kenneth L. Kraemer, Jason Dedrick, Nigel P. Melville, Kerin Zhu. Cambridge [etc.]: Cambridge University Press, 2006. 444 s. ISBN-13 977-0-521-84822-0
17. "Handel we współczesnej gospodarce: źródła i przejawy innowacyjności" Zeszyty naukowe. Red. Maria Sławińska. Poznań: Wydawnictwo Uniwersytetu Ekonomicznego, 2011. 327 s. ISBN 978-83-7417-583-8
18. "E-commerce. Handel internetowy: międzynarodowa konferencja naukowo-dydaktyczna". Wyższa szkoła handlowa we Wrocławiu. – Wrocław, 19 maja 2000. Redakcja naukowa Jerzy Wawrynek. Wrocław, Wydawnictwo Continuo. 93s. ISBN 83-86682-67-1.
19. "The E-commerce Book. Building the E-Empire" Stefano Korper, Juanita Ellis. San Diego, CA: Academic Press, 2000. 284 s. ISBN 0-12-421160-7
20. "Global e-commerce. Text and cases" Ali Farhoomand, Peter Lovelock. Singapore: Prentice Hall, 2001. 639 s. ISBN 0-13-061229-4
21. E-commerce: proste odpowiedzi na trudne pytania" Tomasz Karwatka, Dawid Sadulski. Warszawa: Oficyna a Wolters Kluwer business, 2011. 335 s. ISBN 978-83-264-1334-6
22. "E-commerce" S.K.Mourya, Shalu Gupta. Oxford: Alpha Science International Ltd., cop. 2015. 264 s. ISBN 978-1-84265-878-9.

Харисов Д.Г.

Студент 3курса группы МФИН-31

Башкирский государственный университет, Стерлитамакский филиал

Научный руководитель: Егоров В.А.

ОЦЕНКА СТОИМОСТИ КОМПАНИИ ПРИ СЛИЯНИЯХ И ПОГЛОЩЕНИЯХ

Ключевые слова: Экономический эффект от слияний и поглощений компаний, денежные потоки, подходы к оценке стоимости предприятия, оценка бизнеса.

Очевидно, что во многих слияниях и поглощениях возникает положительный эффект, но при этом возникают различного рода вопросы о том, можно ли оценить этот эффект и если да, то каким образом.

Экономический эффект от слияний и поглощений компаний представляет собой разницу стоимости компании после объединения (инвестиционная стоимость) и суммы стоимостей компаний, функционирующих отдельно (рыночная стоимость). При этом данный эффект может быть, как положительный (прирост стоимости), так и отрицательный (уменьшение стоимости).

Денежные потоки любой компании могут быть классифицированы по трём видам деятельности: операционной, инвестиционной и финансовой.

Экономический эффект от слияния/ поглощения будет проявляться в виде изменения характеристик денежных потоков по этим трём направлениям деятельности, будет изменяться риск вложения капитала и, следовательно, норма доходности, заявленная инвесторами на вложенный капитал. Существует три подхода для оценки стоимости фирмы: сравнительный, затратный, доходный.

Сравнительный подход: синергетический эффект можно рассчитать исходя из прогнозируемого роста курсовой стоимости акций фирмы. Ведь при выплате премии компанией для покупки другой, напрашивается посыл о том, что компания нацелена на повышение стоимости. Причем очевидно, что данная стоимость должна превышать премию, достижение же синергетического эффекта в этом случае ложится на плечи грамотного менеджмента. Из плюсов можно отметить то, что прогнозируется рост курсовой стоимости, но сложно спрогнозировать такое изменение, сравнительный подход не позволяет учесть все возможные синергетические эффекты, можно добиться только приблизительного значения синергетического эффекта.

Затратный подход часто используется и суть его состоит в том, что синергетический эффект рассчитывается как увеличение имущества компании, его активов по мере комплектования его имущества материальными и нематериальными активами.

Исходя из этого, сразу возникает ограниченность применения данного подхода: ведь чаще всего приобретаются не активы, а сам бизнес. Применение же такого подхода не позволяет учесть нематериальные активы, присущие именно бизнесу, и которые не присущи активам в отдельности от него. Такой подход не позволит учесть синергетический эффект.

В рамках доходного подхода для оценки сделок слияния применяются методы

дисконтирования денежного потока и капитализации доходов.

Метод дисконтирования денежных потоков основывается на одном из фундаментальных принципов финансовой теории: стоимость активов сегодня равняется скорректированной текущей стоимости будущих денежных потоков, которые принесут активы. Наиболее важна для этого метода разработка максимально реалистичного прогноза финансовых отчетов, который представляет собой оценку будущих операций компании. При использовании данного метода предполагается, что ежегодные темпы роста компании будут неодинаковыми.

На практике же их очень сложно спрогнозировать точно, поэтому на помощь приходит другой способ вычисления стоимости – метод капитализации доходов (прибыли), основан на базовой посылке, в соответствии с которой стоимость доли собственности в предприятии равна текущей стоимости будущих доходов, которые принесет эта собственность. Сущность данного метода выражается формулой:

Стоимость компании = Чистая прибыль : Ставка капитализации.

Таким образом, после оценки бизнеса с целью осуществления сделки слияния или поглощения необходимо детально рассмотреть все факторы, влияющие на деятельность компании, выявить основные задачи оценки бизнеса и принять решение о применении того или иного подхода к оценке стоимости компании.

Список литературы/других источников:

1. Гафарова О.В., Клевцов В.В., Замлелый А.Ю. Модернизация финансово-кредитной политики государства в условиях финансовой нестабильности. – М.: Изд. центр ЕАОИ, 2014. – 356 с.
2. Гафарова О.В., Клевцов В.В., Замлелый А.Ю., Кустов В.А. Денежно-кредитная политика государства: вопросы теории и практики. – М.: Изд. центр ЕАОИ, 2015. – 436 с.
3. Щербаков В.А., Щербакова Н.А. Оценка стоимости предприятия (бизнеса). – М.: Омега-Л, 2012. – 315 с.
4. Бабенко И.А. Оценка экономического эффекта при слияниях и поглощениях компаний // ВЕСТНИК ТОГУ. – 2015. – № 2(37). – С. 185-190.

THE COMPANY VALUATION IN MERGERS AND ACQUISITIONS

Keywords: the Economic effect of mergers and acquisitions, cash flow approaches to valuation of enterprise, valuation of a business.

УДК 657.4:004

Тетяна Литвинова
студентка групи ОА-31,
спеціальність «Облік і аудит»,
Східноєвропейський національний університет
імені Лесі Українки,
м. Луцьк

АВТОМАТИЗАЦІЯ ОБЛІКУ НЕОБОРОТНИХ АКТИВІВ



Poliszczuk K. O.

(Поліщук К. О.),

studentka,

Wschodnioeuropejski Narodowy

Uniwersytet im. Łesi Ukrainki (m. Łuck),

Szmatkowska T. O.

(Шматковська Т. О.)

k.n.e. docent

Wschodnioeuropejskiego Narodowego

Uniwersytetu im. Łesi Ukrainki (m. Łuck)

ISTOTA, KIEROWANIE I DROGI POLEPSZANIA RACHUNKOWOŚCI NIEMATERIALNYCH AKTYWÓW PRZEDSIĘBIORSTWA

XXI wiek charakteryzuje się tym, że dla skutecznego funkcjonowania subiekta już nie wystarczy po prostu wyrabiać produkcję i zajmować się jej realizacją czy nadawać usługi. Główne środki i obrotowe aktywy, które wykorzystują się dla spełnienia takiej działalności nie są już w stanie zapewnić maksymalne zyski przedsiębiorstwa. Coraz większej wagi w świecie nabywają aktywy niematerialne, które występują formą realizacji wiedzy i pozwalają przedsiębiorstwu efektywnie funkcjonować i rozwijać się.

Mimo tego, że aktywy niematerialne nie są nowym obiektem ewidencji subiektów gospodarczych, na dzisiaj jednak zostają pewne problemy, związane z zarządzaniem aktywami niematerialnymi. W związku z tym powstaje konieczność poszukiwania sposobów polepszania ich użycia.

Ten problem badał się w pracach F. Butynca, W. Gagina, I. Rajkowskiej, S. Moszeńskiego, O. Oliinyka, I. Prokopenka i in.

Według Krajowego połozenia (standartu) rachunkowości 8 „Niematerialne aktywy” [1] i Międzynarodowego standardu rachunkowości 38 „Niematerialne aktywy”, niematerialny aktyw rozpatruje się jako niemonetarny aktyw, który nie ma materialnej formy (fizycznej substancji) i może być zidentyfikowany [3].

Głównymi składnikami, które charakteryzują aktywy niematerialne są: brak finansowo – materialnej struktury; wykorzystanie przez długi okres czasu; rzeczywisty udział w procesach finansowo – ekonomicznych, który wyraża się w funkcji wpływu na powiększenie efektywności działalności przedsiębiorstw w celu osiągnięcia wyższych wyników; znaczny stopień niepewności wielkości przyszłych zysków z ich stosowania, istotna rola w procesach innowacyjnych [2].

W trakcie zarządu niematerialnymi aktywami krajowych przedsiębiorstw celowym będzie użycie bazowego modelu kierowania aktywami niematerialnymi, opracowanego L. Markową, która przewiduje:

- 1) opracowanie strategii (na podstawie bilansu przedsiębiorstwa są planowane inwestycje w aktywy niematerialne niezbędne do rozwoju, na przykład, nowych technologii, wsparcie bieżącej działalności lub poprawy jego konkurencyjności);

- 2) ocena strategii niematerialnych aktywów i możliwości głównych konkurentów w konkretnej dziedzinie;

- 3) klasyfikacja wszystkich obiektów własności intelektualnej przedsiębiorstwa, analiza wykorzystania i ochrony prawnej danych obiektów;

- 4) określenie wartości wszystkich obiektów niematerialnej własności, rozliczenie kosztów na ich wsparcie i nabycie nowego obiektu, oraz opracowanie planu działań w zakresie zwiększenia wartości niematerialnych aktywów odpowiednio do ogólnej strategii przedsiębiorstwa, możliwe zachowanie obiektu, jego licencjonowania lub odmowa od niego;

- 5) podjęcie decyzji o przyszłych inwestycjach po tym, jak określono, jaka wiedza jest potrzebna w przeszłości, czy będzie zgromadzona wewnątrz organizacji lub nabyta ze źródeł zewnętrznych;

- 6) kształtowanie całego portfela aktywów niematerialnych;

- 7) powtórzenie całego procesu systematycznie [4].

Przedstawiony model pozwala przeanalizować, jakie miejsce zajmuje przedsiębiorstwo i jego konkurenci na rynku. Ponadto, daje możliwość podejmować uzasadnione i konstruktywne decyzje co do możliwych późniejszych kierunków badań i obrony niematerialnej własności przedsiębiorstwa.

Aby poprawić użycie niematerialnych aktywów w działalności przedsiębiorstw, uważamy za celowe realizację następujących środków :

- 1) stymulacja praktyki ewidencji niematerialnych aktywów przedsiębiorstw i organizacji drogą udzielenia podatkowych ulg lub stosowania karnych sankcji przy jej nieobecności;

- 2) uproszczenie procedury rejestracji własności intelektualnej;

- 3) dokonanie rejestracji w porządku deklaracyjnym dla poszczególnych grup obiektów własności intelektualnej, w tym obiektów praw autorskich;

- 4) włączenie programu z kierowania aktywami niematerialnymi do procesów edukacyjnych.

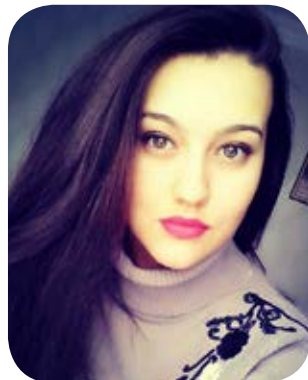
Kształtowanie skutecznego systemu kierowania niematerialnymi aktywami jako składnik ogólnej koncepcji ekonomicznego zarządu przedsiębiorstwa pozwoli istotnie zmienić ekonomiczny wygląd ostatniego, wprowadzić znaczne zmiany do struktury jego aktywów, praktyki wyznaczenia bazy opodatkowania, relacje z partnerami i znacznie polepszyć finansowo-ekonomiczny stan w całości.

Otóż, polepszanie użycia niematerialnych aktywów przedsiębiorstwa jest ważnym aspektem dla maksymalizacji dobrobytu jego właścicieli w potocznych i perspektywnych

okresach, co wyraża się we wzroście rynkowego kosztu i społeczno-ekonomicznej wartości przedsiębiorstwa, i odzyskanie trwałych konkurencyjnych przewag na rynku.

Lireratura

1. Krajowe położenie (standard) rachunkowości 1 „Ogólne wymogi do finansowej sprawozdawczości”: Zatwierdzono Nakazem Ministerstwa Skarbów Ukrainy №73 od 07.02.2013r. [Zasób elektroniczny] tryb dostępu : <http://zakon4.rada.gov.ua/laws/show/z0336-13>
2. Schop H. Rachunkowość aktywów niematerialnych : uznanie i ocena / H. Schop // Rachunkowość i audyt. – 2013. – №8 – s. 10-19
3. Międzynarodowy standard rachunkowości (MSR) 38 «Aktywy Niematerialne» . [Zasób elektroniczny] tryb dostępu : http://zakon4.rada.gov.ua/laws/show/929_050
4. Mokrowa L. Metody i techniki zarządzania aktywami niematerialnymi // Skuteczne zarządzanie kryzysowe [Zasób elektroniczny] tryb dostępu : http://www.e-c-m.ru/magazine/67/eau_67_99.htm



Ханова Л.Р.

Студент 3-го курса,

Егоров В.А.

Старший преподаватель

кафедры экономики и управления,

СФ БашГУ,

г. Стерлитамак, 2016

ИННОВАЦИИ В АНТИКРИЗИСНОМ УПРАВЛЕНИИ СОВРЕМЕННОЙ ОРГАНИЗАЦИЕЙ

Ключевые слова: инновация, стратегия, среда, внутренняя среда, инновационная деятельность, конкуренция, экономический кризис, государственная политика.

Keywords: innovation, strategy, the environment, internal environment, innovation, competition, the economic crisis, government policies.

В современных условиях глобализации конкуренции и роста динамики формирования внешней среды организации значительный интерес уделяется повышению стратегической конкурентоспособности и экономической стабильности. Предприятие, как и любая социально-экономическая совокупность, завоевывает успеха в деятельности, если она находится в состоянии последовательного своего развития. Однако перманентное возникновение кризисных ситуаций является одной из наиболее актуальных социально-экономических проблем формирования организаций, располагающей к понижению рентабельности деятельности, усилению задолженности, срыву стабильности развития.

Особенная роль принадлежит применению и улучшению инструментария антикризисного управления, разрешающего совокупность специальных вопросов, устремленных на ликвидацию негативных последствий кризисных явлений, совершенствованию рыночных позиций с учетом потенциала собственных ресурсов.

Опыт разных стран обнаруживает, что инструментами такого управления служат инвестиции и инновации.

Для приспособления к трансформированиям рыночной конъюнктуры необходимо бесперывное исполнение продуктовых и технологических инноваций. Этот вопрос реализуется путем изменения активов организации и позиций управления. Активы соединяются в технологические системы, разрешающие дискретные измерения и проверяющие затраты сырьевых и энергетических ресурсов на производственном переделе. В результате разрабатываются условия для проектирования и контроля дохода организации, основывающиеся в каждом переделе. Все эти преобразования являются важным условием непрерывного инновационного развития организации.

Что касается внутренней эффективности организации, то она означает результативное объединение производства в соответствии с современными убеждениями и подходами управления. Внешняя же изготавливает определенные виды услуг, которые бы оптимальным образом удовлетворяли потребностям общества.

Примером успешной инновационной деятельности, ведущей к завоеванию рыночных стратегических позиций, может служить опыт ведущей компании Samsung, состоящей из 25 фирм, выпускающей широкий ассортимент продукции. Организованный 50 лет назад, Samsung в первое время лишь копировал образцы, осваивал чужую продукцию по лицензиям, теперь же имеет собственные передовые разработки в области электроники, идущие на экспорт. Стратегия Samsung представляет собой инвестиции в исследования и разработки, развитие производства, подготовку кадров. Основопологающим принципом данной стратегии является перевод сборки простых изделий бытовой электроники в страны с более дешевой рабочей силой и концентрация отечественных мощностей на разработке и производстве продукции высокой стоимости. Стратегия нововведений привела к значительным успехам на рынке электроники. Дочерняя компания Samsung Electronics превращается из массового производителя дешевых телевизоров в новатора в некоторых областях мирового рынка продукции электроники, в частности полупроводников, элементов памяти, телефонной аппаратуры. [1, 69]

Таким образом, основную роль в развитии стратегического менеджмента играют не столько единичные инновационные решения, сколько масштабные инновационные стратегии, призванные координировать направления развития предприятия на протяжении длительного периода времени. Переход на инновационный путь дает серьезный результат и во многом содействует эффективному функционированию элементов стратегического управления предприятием, что благотворно сказывается на его конкурентных преимуществах. Процесс инновационного формирования предприятия возникает с внедрения новшеств, что влечет за собой увеличение объема особых знаний работников, повышения их опыта, развития и совершенствования управленческой практики, стимулирования создания свежих идей, роста производительности труда и т.д. [2, 5]

В заключении можно отметить, что реализация стратегического подхода к управлению инновациями в организации основывается на эффективном менеджменте подвижным информационным полем, целью которого является вырабатывание систем, которые, будучи ресурсом, обеспечивают уникальную стоимость.

Литература:

1. Ханова, Л.Р. Инновационный инструментарий антикризисного управления / Л.Р.Ханова, В.А. Егоров // Предпринимательство в России. Взаимодействие государства и бизнеса // Материалы международной научно-практической конференции, Саратов, 2014. С. 68-70.
2. Ханова, Л.Р., Внедрение инноваций как фактор развития // Л.Р.Ханова, В.А. Егоров // Государство и право. Теоретические и практические аспекты развития современной науки // Сборник научных статей, Познань, 2015. С. 5-6.

Ринейська Л.С.

к.е.н., доцент кафедри
міжнародної економіки та маркетингу
Полтавського національного
технічного університету
імені Юрія Кондратюка

ТЕНДЕНЦІЇ РОЗВИТКУ ОРГАНІЧНОГО СІЛЬСЬКОГО ГОСПОДАРСТВА У МІЖНАРОДНІЙ ЕКОНОМІЦІ

Ключові слова: інноваційний розвиток сільського господарства, органічне виробництво, органічна продукція

Key words: innovative development of agriculture, organic farming, organic products

Одним із важливих напрямів інноваційного розвитку сучасної міжнародної економіки є формування органічного сільського господарства. Питання розвитку органічного сільського господарства, виробництва органічної продукції сьогодні є актуальними, тому привернуло до себе увагу багатьох вчених, а саме: В.М. Андрущенко, С.Я. Ковальчука, Л.В. Муляра, В. Степанова, В. Артиша, К. Харичкова та інших. Зважаючи на важливість теми, її дослідження має велике наукове і практичне значення.

З офіційної точки зору завдання органічного землеробства (organic farming) – це виробництво екологічно чистої сільськогосподарської продукції без застосування агрохімічних засобів, генномодифікованих організмів, та з мінімальною обробкою ґрунту [1, с. 56].

Ідея органічного сільського господарства виникло у першій половині ХХ ст. завдяки Рудольфу Штайнеру, як відповідь на початок використання у 1920-х – 1930-х роках синтетичних добрив та пестицидів. З'явилося кілька різних методів щодо підтримки родючості ґрунтів та живлення рослин. Одним особливим видом стало біодинамічне сільське господарство, яке ґрунтується на вченні Рудольфа Штайнера. Перші міжнародні правила «Базові стандарти», які були гармонізовані Міжнародною Федерацією органічних сільськогосподарських рухів, були видані у 1983 р. Ці Базові стандарти визначали в узагальненій формі мінімальні вимоги до органічного сільського господарства [2, с. 63].

У 1991 р. Європейська Рада міністрів прийняла Сільськогосподарський регламент № 2092/91 про органічне землеробство і відповідне маркування сільськогосподарської продукції і продукції харчування. Введення цих правил було частиною реформи Спільної сільськогосподарської політики ЄС (Common Agricultural Policy), після чого органічне сільське господарство отримало офіційне визнання. Важливість цього регламенту полягала у тому, що він створив загальні стандарти для всього ЄС, а також сприяв довірі споживачів, які стали купувати екологічно чисті продукти з інших держав-членів ЄС з упевненістю, що вони зроблені за офіційними стандартами [1, с. 56, 61]. У США, Канаді, Японії, Австралії та інших розвинених країнах

законодавство у галузі органічного сільського господарства у цілому ідентично європейському.

Формування законодавчої бази організації органічного землеробства значною мірою сприяло його активному розвитку в усьому світі. Площі, зайняті під органічне землеробство збільшилися з 11 млн. га у 1999 р. до 35,2 млн. га у 2008 р. (тобто у 3,5 рази). Внаслідок подальшого розвитку органічного землеробства у 2011 р. найбільший приріст площ органічного землеробства продемонстрували країни: Китай – 510 тис. га, Індія – 304,3 тис. га, Іспанія – 165,2 тис. га, Канада – 137,5 тис. га, Франція – 129,7 тис. га, Польща – 87, 4 тис. га, Туреччина – 58,8 тис. га [3]

В результаті розвитку органічного землеробства – відсоток продажів виробленої органічної продукції у загальному обсязі всіх харчових продуктів у США становив приблизно 3 – 4% , або майже 21 – 25 млрд. дол., приблизно стільки ж у Європейському Союзі, а світові продажі склали – майже 50 млрд. дол. Отже, переважна більшість органічної продукції виробляється і споживається у країнах з розвинутою економікою [4]. За прогнозами експертів, обсяги світового ринку екологічно чистих продуктів харчування можуть сягнути у 2020 році до 200 – 250 млрд. дол. США [2, с. 60].

В Україні – традиційній житниці Європи – також розвивається органічне сільське господарство. За даними IFOAM в Україні налічується близько 295 тис. га земель, на яких вирощується саме органічна продукція. Із них українським сертифікаційним органом ТОВ «Органік Стандарт» сертифіковано 56,8 тис. га [1, с. 60-61]. Зважаючи на стратегію інтеграції України у світовий економічний простір, її економістам доцільно досліджувати позитивний досвід країн світу щодо виробництва органічної продукції та впроваджувати його в Україні з урахуванням умов розвитку вітчизняного виробництва.

Список використаної літератури

1. Андрущенко В.М. Світовий досвід переходу від традиційного до органічного агровиробництва та можливості його застосування в Україні // Агросвіт. – 2015. – № 7. – С. 55 – 61.
2. Ковальчук С.Я., Муляр Л.В. Сталий розвиток світової економіки: роль органічного виробництва // Агросвіт. – 2014. – № 23. – С. 61 – 66.
3. The World of Organic Agriculture 2013: Key Indicators and Leading Countries/FiBL & IFOAM (2013) Available at <http://www.organic-world.net/fileadmin/documents/yearbook/2013/web-fibl-ifoam-2013-25-34.pdf>
4. Beate Huber. The World of Organic Agriculture: Regulations and Certification Emerging Trends 2013/Research Institute of Organic Agriculture// Available at <http://orgprints.org/22324/7/Huber-2013-standards.pdf>

Янковський В.А.

студент,
спеціальність “Фінанси і кредит”
Донецький національний університет
економіки і торгівлі
імені Михайла Туган-Барановського,
Кривий Ріг, Україна

Горіна Г.О.

к.е.н., доцент
Донецький національний університет
економіки і торгівлі
імені Михайла Туган-Барановського,
Кривий Ріг, Україна

ВІДНОСИНИ УКРАЇНИ З МІЖНАРОДНИМ ВАЛЮТНИМ ФОНДОМ: ІСТОРІЯ ТА СУЧАСНИЙ СТАН

Ключові слова: Міжнародний валютний фонд, програма кредитування, платіжний баланс, кредитна частка, фінансове забезпечення

У сучасному світі зростає роль міжнародних валютно-фінансових організацій у сфері аналізу та прогнозу інформації, щодо тенденцій подальшого розвитку секторів економіки країн. Політичні фактори та світова фінансова криза призвели до того, що макроекономічні показники України помітно впали, зростає соціальна заго-стреність у суспільстві. Для вирішення цих питань актуальним є подальша співпраця нашої держави зі світовими фінансовими інституціями, а саме з МВФ.

Вагомий внесок у питання взаємодії та співпраці України з міжнародним валютним фондом здійснили сучасні вітчизняні і зарубіжні вчені, серед яких В. Андрійчук, І. Білорус, М. Димчин, О. Мозговий, М. Лобас, Л. Ерхард, Л. Бальцерович, Дж. Вільямсон, Т. Кіллік та інші автори.

Метою цієї роботи є визначити основні завдання діяльності МВФ, етапи відносин України з МВФ та виявити проблеми у їхній співпраці.

Міжнародний валютний фонд (МВФ) – це міжурядова організація, яка повинна регулювати валютно-кредитні відносини між країнами членами і надавати їм фінансову допомогу, що були викликані дефіцитом платіжного балансу. Основними інструментами цього є надання кредитів різного терміну у іноземній валюті. МВФ є спеціалізованою установою ООН, що практично служить інституціональною основою світової валютної системи, який був створений в місті Бретон-Вудс у липні 1944 року, до її складу входять 188 країн. За статутом штаб-квартира МВФ розміщується в країні із найбільшою квотою, з 1946 року це – місто Вашингтон.

Україна є повноправним членом МВФ із 1992 року. Зараз МВФ являється одним із головних фінансових партнерів України. Основними задачами між Україною та МВФ є стабілізація секторів економіки, проведення ефективних реформ, удосконалення фінансової системи тощо. Співпраця з МВФ дає змогу нашій державі, буду-

вати відносини з іншими міжнародними фінансовими організаціями та розвинути країнами світу.

На МВФ покладені наступні завдання, що визначені згідно його статуту: 1) сприяння міжнародному співробітництву у валютній сфері через постійно діючу установу, що створює механізм для консультацій та співробітництва з міжнародних валютно-фінансових проблем; 2) сприяння розширенню та збалансованому зростанню міжнародної торгівлі і тим самим досягненню і підтримка високого рівня зайнятості та реальних доходів і розвитку продуктивних ресурсів усіх держав членів як першочерговим завданням економіки; 3) підтримка стабільного та упорядкованого валютного режиму держав-членів, а також запобігання конкурентному знеціненню валют; 4) надання допомоги у створенні багатосторонньої системи платежів за поточними операціями між державами-членами, а також в усуненні валютних обмежень, які гальмують розвиток світової торгівлі; 5) зміцнення впевненості держав-членів шляхом тимчасового надання в їх розпорядження за відповідних гарантій загальних ресурсів Фонду і в такий спосіб уможлиблюючи коректування диспропорцій у їхніх платіжних балансах без застосування заходів, що завдають шкоди національному та міжнародному розвитку; 6) надання засобів для ліквідації незбалансованості платіжних балансів країн-членів [1].

Основними інструментами кредитування в МВФ є: 1) Резервна частка. Надається перша частина іноземної валюти, яку країна-член може отримати в МВФ в межах 25 % квоти (Reserve Tranche); 2) Кредитні частки. Засоби в іноземній валюті, які країна-член може отримати понад розмір резервної частки, поділяються на чотири кредитні частки, або (Credit Tranches), які становлять по 25 % квоти; 3) Домовленості про резервні кредити стенд-бай (Stand-by Arrangements) забезпечує країну тим, що вона може отримати визначену суму у іноземній валюті в обмін на національну в межах діючої угоди; 4) Механізм розширеного кредитування (Extended Fund Facility) доповнює резервну і кредитні частки. Призначений для надання кредитів на більш тривалий термін і в більших розмірах по відношенню до квот, ніж в рамках звичайної кредитної долі.

Розглянемо етапи співпраці України з МВФ в рамках кредитних програм (табл. 1).

Отже, спираючись на дані таблиці 1 розглянемо напрямки спрямування фінансових ресурсів по кожному етапу: 1) на першому етапі метою виділених коштів була підтримка платіжного балансу; 2) другий етап включав підтримку курсу національної валюти і фінансування дефіциту платіжного балансу України; 3) на третьому етапі гроші були спрямовані на поповнення валютних резервів НБУ; 4) на четвертому етапі, фінансові ресурси мали попереджувальну роль, щодо валютних резервів; 5) на п'ятому етапі гроші спрямовувалися в основному до Державного бюджету України та до золотовалютних резервів НБУ; 6) на шостому етапі ресурси спрямовуються на удосконалення валютно-курсової політики, банківської системи, збільшення золотовалютних резервів, зменшення інфляції, проведення структурних реформ (антикорупційна, покращення бізнес-клімату) та на інші засади [2].

За період всієї співпраці між Україною та МВФ можна виділити негативні та позитивні результати: 1) негативні результати: основні фінансові кошти з кредитів йдуть на погашення дефіциту бюджету замість того щоб бути вкладеними у різні

Таблиця 1

Етапи співпраці України з МВФ [2]

№ етапу	Період співпраці (роки)	Кредитна програма фінансування	Розмір фінансового забезпечення програми
1	1994-1995	Системна трансформаційна позика (STF)	498,7 млн. СПЗ (763,1 млн. дол.)
2	1995-1998	Трирічні програми (Stand-by)	1318,2 млн. СПЗ (1935 млн. дол.)
3	1998-2002	Програма розширеного фінансування (EFF)	1193 млн. СПЗ (1591 млн. дол.)
4	2002-2008	Попереджувальний Stand-by	411,6 млн. СПЗ (600 млн. дол.)
5	2008-2010	Програма Stand-by, затверджена 05.11.2008	11 млрд. СПЗ (16,43 млрд. дол.), освоєно 10,6 млрд. дол.
	2010-2014	Програма Stand-by, затверджена 28.07.2010	10 млрд. СПЗ (15,1 млрд. дол.)
6	2015-2018	Програма розширеного фінансування (EFF)	17,5 млрд. дол. США

наукові дослідження та інвестиції; зростає зовнішній борг країни; через наявність у владі політиків корупціонерів, гроші не завжди доходять на проведення реформ; деякі аспекти меморандуму мають антисоціальну дію на населення саме в нашій державі, насамперед через підвищення тарифів та інші. 2) позитивні: впровадження реформ які мають на меті стабілізацію української економіки та її подальший зріст; реструктуризація частини зовнішнього боргу; збільшення золотовалютних резервів Національного банку України, що дозволить суттєво покривати імпорт; удосконалення банківської системи та грошово-кредитної політики та інші.

Отже, Україна співпрацює з Міжнародним валютним фондом вже понад 20 років. За цей час було прийнято багато кредитних програм, що мали на своїй меті покращити різні сектори економіки, удосконалити банківську та валютну систему, зменшити розмір боргу та покращити платіжний баланс, але не завжди надані гроші були використані по цілям або давали бажаний результат. Можна все одно підтвердити, що відносини з МВФ дали свій результат, але присутні і негативні наслідки цієї роботи. Наша держава повинна продовжувати співпрацювати з МВФ, приділити більшу увагу, щодо складання аспектів кредитної угоди, спрямовувати надані кошти у інвестиції, створювати нові напрямки вкладання фінансових ресурсів, які б дали дійсно ефект і призвели до макроекономічної стійкості.

Література

1. Лобас М.Г. Міжнародні фінансові організації та їх значення для економічного розвитку країн / М.Г. Лобас // Агроінком. – 2010. – № 4. – С. 10-12;
2. Історія співробітництва України та МВФ [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://www.minfin.gov.ua/news/mizhnarodne-spivrobitnictvo/mvf>.

Вашека І. В.

Студентка

Національної академії
статистики, обліку та аудиту
Україна, м. Київ

ОСОБЛИВОСТІ ФОРМУВАННЯ МІСЦЕВИХ БЮДЖЕТІВ В УКРАЇНІ

Формування доходів місцевих бюджетів та пошук резервів їх збільшення є надзвичайно актуальним в умовах розширення повноважень органів місцевого самоврядування. Роль місцевих бюджетів у суспільстві забезпечується їхнім впливом на соціально-економічні процеси, зокрема як фіскального інструменту органів місцевого самоврядування з метою економічного зростання територіальних громад й адміністративно-територіальних утворень, а також засобу соціального захисту населення.

Проблемам формування фінансових ресурсів органів місцевого самоврядування присвячено праці багатьох вітчизняних економістів. Кириленко О.П. досліджувала питання формування доходів місцевих бюджетів під впливом регіональної фінансової політики [1]. Грицюк І.В. наголошує, що для наповнення доходної частини місцевих бюджетів потрібен фінансовий контроль за формуванням коштів [2]. Бартчук Ю.А. наполягає на необхідності обов'язкового середньострокового планування доходів місцевих бюджетів [3].

Склад доходів, що закріплюються за місцевими бюджетами та бюджетами місцевого самоврядування, визначено Бюджетним Кодексом. Вони згруповані як і видатки удвох частинах: доходи, що враховуються при визначенні міжбюджетних трансфертів, і доходи, що не враховуються при визначенні міжбюджетних трансфертів. У дохідній частині місцевого бюджету окремо виділяються доходи, спрямовані на виконання власних повноважень, і доходи, необхідні для забезпечення виконання делегованих законом повноважень органів виконавчої влади. Для забезпечення реалізації спільних соціальних і культурних програм територіальних громад доходи місцевих бюджетів, які враховуються при визначенні обсягів міжбюджетних трансфертів, формуються за рахунок загальнодержавних податків і зборів [4].

Величину першого кошика контролює вищий орган влади. Якщо сума накопичених там коштів перевищує потребу в них, решта підлягає вилученню; коли ж наявних у даному кошику коштів недостатньо для фінансування запланованих заходів, то бюджет відповідної адміністративно-територіальної одиниці має право на отримання дотації вирівнювання. Відповідно до Бюджетного кодексу держава може передати органам місцевого самоврядування право на здійснення видатків лише за умови відповідної передачі фінансових ресурсів. На сьогодні ж ми маємо дуже низький рівень забезпеченості делегованих державою повноважень відповідними фінансовими ресурсами [5].

Істотним недоліком є, також, визначення в якості джерел фінансування ви-

датків на надання місцевим бюджетам субвенцій таких доходів Державного бюджету України, планові показники по яких з року в рік не виконуються.

З метою вирішення вищезазначених проблем необхідно як найшвидше проводити реформування місцевих бюджетів. Бюджетна реформа повинна стати складовою частиною економічної реформи, яка назріла сьогодні в країні. [6].

Основними напрямками реформування місцевих бюджетів є:

- розширення доходної бази місцевих бюджетів шляхом перерозподілу доходів між державним та місцевими бюджетами, перегляду складу доходів I та II кошиків місцевих бюджетів, розширення переліку місцевих податків і зборів;

- компенсації втрат надходжень місцевих бюджетів, пов'язаних з наданням державою пільг по сплаті податків;

- стимулювання соціально-економічного розвитку територій шляхом збільшення інвестиційної складової місцевих бюджетів, удосконалення порядку та умов надання субвенцій з Державного бюджету України місцевим бюджетам: формування єдиного підходу до розподілу фінансового ресурсу держави з урахуванням рівня забезпеченості тієї чи іншої адміністративно-територіальної одиниці об'єктами соціально-культурної сфери, інфраструктури та пріоритетних напрямків розвитку, передбачених місцевими програмами;

- затвердження постанов про розподіл коштів інвестиційних субвенцій та порядок їх використання одночасно із затвердженням Закону України про Державний бюджет України на відповідний рік;

- здійснення фінансування видатків на надання субвенцій не пізніше III кварталу при цьому за рахунок тих джерел, які реально виконуються;

- формування стабільної нормативно-правової бази з врахуванням вищезазначених напрямків реформування системи міжбюджетних відносин.

Звертаючись до європейського досвіду, існує чотири основних джерела фінансових надходжень до бюджетів місцевої влади, а саме: податкові надходження, неподаткові надходження, субсидії та позики. В різних європейських країнах формування доходів місцевих має свої особливості. Так у Швеції у структурі доходів місцевих бюджетів переважають податки (більше 60%), у Швейцарії (більше 45%), у Франції, Фінляндії та Норвегії (від 35-40%). До місцевих податків в зарубіжних країнах, як правило, відносять майнові, місцеві прибуткові, промислові, податки на професію, а також податки, які відображають політику місцевих органів влади (екологічні, на полювання, на собак і т.п.). В Україні також у структурі доходів місцевих бюджетів також переважають податки (більше 85%).

Серед найважливіших місцевих податків в Україні є також прибуткові податки, такі як податок на доходи фізичних осіб, єдиний податок та інші. В європейських країнах, яким характерні високі показники життєвого рівня високу потому вагу в доходах місцевих бюджетів займають прибуткові податки, в Швеції близько 70%, у Данії – понад 40%, у Норвегії – більше ніж 35% [7].

Позитивним є те, що більшого значення в європейських країнах в структурі доходів набувають неподаткові надходження, у Швейцарії (24%), в Данії (22%), в Німеччині, Іспанії та Норвегії (16%), але в Україні ця складова займала 11,5% в структурі місцевих доходів. Якщо детальніше розглядати специфіку неподаткових надходжень до вітчизняних місцевих бюджетів, то перелік адміністративних зборів і платежів в Україні і в країнах Європи значно відрізняється. В Україні домінували в структурі неподаткових надходжень

власні надходження бюджетних установ (73-75%), а адміністративні збори та платежі, доходи від не комерційної діяльності займали лише (14-15%). Це можна пояснити низьким розвитком ринкової інфраструктури і зменшенням доходів від підприємницької діяльності. Позитивним досвідом для українських реалій є те, що частка адміністративних зборів та платежів, доходів від некомерційного та супутнього продажу, надходжень від штрафів і санкцій у структурі неподаткових надходжень до бюджетів місцевих урядів Данії, Франції та Іспанії становить понад 60 %, у Великобританії – понад 40, у Швеції – понад 10%. Поширеною практикою є те, що в країнах Європи до основних складових неподаткових надходжень належить плата за послуги такі як за водопостачання, енергопостачання каналізацію, прибирання сміття, утримання дітей у дитячих садках, шкільний збір. В Україні потрібно розширити перелік неподаткових платежів, які запроваджуються за рішенням місцевих рад, і дати органам місцевого самоврядування право регулювати їх розміри та встановлювати порядок їх справляння [8].

Висновки. Враховуючи зарубіжний досвід для наповнення дохідної частини місцевих бюджетів потрібно: змінити базу оподаткування податку на нерухоме майно, дозволити місцевим органам встановлювати нові економічно обґрунтовані неподаткові платежі, ввести новий податок на благоустрій міста, проводити переоблік та індексацію земельних ділянок, ліквідувати заборгованість із заробітної плати та збільшити розмір заробітної плати, здійснювати обов'язкове середньострокове планування доходів місцевих бюджетів.

Література:

1. Кириленко О. П. «Дохідна база місцевих бюджетів в умовах реформування бюджетної та податкової системи» / О.П. Кириленко // Методологічні проблеми фінансової теорії та практики в умовах проведення системних реформ: матеріали наук. конф. проф.-викл. складу. – Тернопіль: Вектор, 2011. – С. 6-10.
2. Карпінський Б.А., Грицюк І.В. «Фінансовий контроль за формуванням та використанням коштів місцевих бюджетів у процесі підвищення їх фінансової самостійності.» – [Електронний ресурс]. – Режим доступу: http://www.nbuv.gov.ua/portal/Soc_Gum/Vldfa/2010_18
3. Бартчук Ю.А. «Шляхи реформування системи місцевого оподаткування в Україні» / Ю.А.Бартчук // Збірник наукових праць. – 2011. – №1(4). – С. 82-84.
4. Бюджетний кодекс України № 1697-VII від 14.10.2014 (зі змінами та доповненнями) – [Електронний ресурс] – Режим доступу: www.rada.gov.ua
5. Бюджетний кодекс України від 08.07.2010 року № 2456-V.
6. Мітюков І. О. «Бюджетна реформа й основні напрямки удосконалення бюджетної політики» // Фінанси України. – 2006. – № 8. – С. 16–23.
7. Тулай О. І. «Зарубіжний досвід функціонування місцевих бюджетів та можливість його імплементації у вітчизняну практику» [Електронний ресурс] / О. І. Тулай. – Режим доступу http://www.nbuv.gov.ua/portal/soc_gum/knp/121/knp121_93-97.pdf
8. Пилипів В. «До питання про федералізацію України: проблеми забезпечення бюджетної самодостатності регіонів» / В. Пилипів // Економіка України. – 2011. – № 3. – С. 26–34

SUB-SECTION 11. Finance, money turnover and credit

Olena Sova

PhD, Associate professor of Finances,
account and audit department,
«KROK» University

THE FINANCIAL CONTROL OF INSURANCE COMPANIES

Keywords: insurance, insurance market, insurance company, financial control, internal control, Solvency II.

The insurance sector, along with the rest of the financial sector, has faced significant changes in recent years, and such changes have brought new products and services, new tools, goals and objectives. Financial control systems of the insurance companies have to be adapted to better cope with this evolving scenario.

Depending on the nature of the relationship financial control can divide into internal and external. This is called internal control, if subject and object belong to the same system, and external – if supervision is provided by the subject, which does not belong to the same system as the object.

Internal control means a system of procedures, processes and actions that the insurer is required to systematize in a manner compatible with the nature, complexity and level of risk involved in its current operations and with respect to foreseeable changes in its operating conditions, so as to prevent excessive risk exposure of the company and irregularities in the company's operations as well as to protect the interests of policyholders, third party claimants and other creditors of the company.

Insurance undertakings should implement appropriate systems to monitor their internal control's efficiency and effectiveness. Monitoring should be carried out on an ongoing basis, complemented with separate evaluations. As an integral part of an internal control system, and in keeping with the diversity and complexity of the insurance undertaking's activity, there should be an effective and comprehensive internal audit carried out by operationally independent, appropriately trained and competent staff.

Internal control has limitations and managers need to know that even the best system will only provide reasonable (not absolute) assurance that financial reporting errors, fraud and operating inefficiencies will be identified and controlled. The level of assurance that your system provides may very well be determined by the amount of monitoring conducted by management. When management takes the time to find out if controls are being implemented as designed, a message is sent to all employees that internal controls are important.

In establishing and maintaining an effective system of internal control an insurance undertaking should regularly assess both the internal and external risks that it faces. Assessment should include the identification and analysis of all the significant risks that an insurance company is exposed to, and act accordingly.

The primary purpose of internal control is to continuously evaluate whether a firm is meeting its objectives and to ensure that the board, managers and employees are all working to ensure the success of these strategies while keeping the level of risk at an acceptable

level. In so doing a sound system of internal control should be able to reduce (but rarely eliminate) poor judgement in decision making; human error; the deliberate failure to follow control processes by employees and managers; and the impact of unexpected events.

The control mechanisms introduced will enhance the quality of insurance businesses. This will result from on-going reviews, verification, evaluation and the adjustment of old principles and solutions to meet new needs and conditions. This is the only effective way of exploring new risk types and their effective management, or at least one that will not jeopardise an insurer as a going concern [1, 107].

For an insurance company, in connection with its role in providing insurance protection, the principal financial interest performs the maximization of the market value of the insurer, but it must be the enhancement of the equity of the owners will occur simultaneously the needs of insurers, protect the interests which the state provides.

The modern system of financial control of Ukrainian's insurance companies needs to be improved in parts: reducing the number of subjects external controls of insurers; associations of functions of state institutions, the establishment a mega-regulator financial markets (including the insurance market); the interaction of the internal control of insurers with state authorities; automation of business processes of insurers and state regulatory agencies; the use of international experience and implementation in Ukraine of new approaches to measure the solvency of insurers based on Solvency II; the creation of insurance the internal service organizations of the controlling (audit).

The company shall systematize, apply and develop internal controls system in compliance with the law, by formulating such organizational structure, written procedures, processes and actions that ensure risk identification, measurement, assessment and management, as well as implementation and ongoing review of such structure, procedures, processes and actions and their adjustment to any changes in the operating conditions of the company.

In addition, we are in an era of globalisation, with closer links among the different sectors, constant mergers and acquisition processes with an international scope. Such a situation needs to be taken into account when drafting a set of internal control principles, as we cannot leave aside what is being done in other markets or sectors.

References:

1. Lament M. Audit as a control mechanism used by insurance companies / M. Lament // *Wiadomości Ubezpieczeniowe*. – 2013. – № 4. – P. 105-119.
2. Murashko O. Kontrolinh finansovoho rezultatu v strakhovykh kompaniiakh / O. Murashko // *Visnyk Odeskoho natsionalnogo universytetu. Ekonomika*. – 2013. – T. 18, Vyp. 2(1). – P. 53-55.
3. Popova I. Sutnist i znachennia vnutrishnogo finansovoho kontroliu v strakhovykh kompaniiakh / I. Popova // *Aktualni problemy rozvytku ekonomiky rehionu*. – 2013. – Vyp. 9 (1). – P. 222-229.
4. Sova O. Problemy ta perspektyvy rozvytku strakhovoho biznesu v Ukraini / O. Sova // *Nauka i ekonomika. Khmelnytskyi natsionalnyi universytet*. – 2015. – № 1 (37). – P. 42-49.

Цимбалюк І.О.

доцент, к.е.н.,

Східноєвропейський національний університет

ім. Лесі Українки,

м. Луцьк, Україна

Остапюк І. В.,

Східноєвропейський національний університет

ім. Лесі Українки,

м. Луцьк, Україна

ЗАРУБІЖНИЙ ДОСВІД ЕКОЛОГІЧНОГО ОПОДАТКУВАННЯ

Анотація: розглянутий зарубіжний досвід екологічного оподаткування. Визначено види екологічних платежів, що справляються в країнах Європи. Встановлено необхідність та значення системи екологічного оподаткування.

Ключові слова: оподаткування, екологічні податки, зарубіжний досвід екологічного оподаткування.

Keywords: taxation, environmental taxes, international experience of environmental taxation.

Екологічне оподаткування в Україні не є достатньо ефективним і не має значної фінансової значущості для держави, що зумовлює необхідність дослідження міжнародного досвіду здійснення заходів у цій сфері задля виявлення перспектив застосування певних видів екологічних платежів у нашій державі.

Світова практика свідчить про ефективність застосування різноманітних механізмів стимулювання до заощадливого використання природних ресурсів та зниження екологічного навантаження на навколишнє середовище суб'єктами господарської діяльності. Серед сукупності згаданих інструментів важливе місце займає система екологічного оподаткування, яка в тій чи іншій формі існує у всіх країнах світу [1, 195]. Зарубіжні країни використовують екологічні податки з метою стимулювання інвестиційно-інноваційної діяльності у сфері охорони навколишнього природного середовища, також вони є засобом вирішення проблем перерозподілу коштів у бік збільшення фінансування програм, які націлені на раціональне природокористування та збереження якості навколишнього природного середовища.

Європейська комісія визначає екологічні податки як всі податки, база стягнення яких спричиняє специфічний негативний вплив на навколишнє середовище. Директорат із податків і митних зборів Європейської Комісії розподіляє екологічні податки за сферою використання на сім основних груп: транспортні податки; енергетичні податки; плата за розміщення відходів; плата за забруднення; податки на викиди речовин, що призводять до глобальних змін середовища; податок на шумову дію; платежі за користування природними ресурсами [2].

На даний час в зарубіжних країнах застосовують близько 500 різновидів екологічних податків, які, відповідно до цільового спрямування, поділяють на три

групи. До першої групи належать податки, що мають фінансову функцію, спрямовані не лише на покриття витрат екологічного регулювання, але й на поповнення бюджету. Друга група включає податки на покриття витрат, які націлені на відновлення навколишнього середовища. До останньої групи відносяться стимулюючі податки, що стягуються з метою зміни поведінки суб'єктів, які своїми діями завдають збитків навколишньому природному середовищу.

У країнах Європи є найбільш поширеними транспортні та енергетичні податки, зокрема енергетичні податки складають 76,5% від загальної величини екологічних податків в ЄС, а транспортні податки – 19,9% [2].

На сучасному етапі у світі використовуються такі основні види екологічного оподаткування [3]: податок на вирішення глобальних, національних чи регіональних екологічних проблем; податок на транзит вантажів через країну; цивільний екологічний податок із платоспроможних громадян на подолання екологічних нестатків (застосовується у Франції); місцеві податки на охорону конкретних природних об'єктів (лісів, річок, озер тощо); екологічний податок на автомобілі (використовує більшість європейських країн, а також Японія і Канада); екологічний податок на повітряний транспорт, який вноситься в загальні ставки податку за здійснення такого виду діяльності в країні (Данія, Канада, Швеція, США та Норвегія) а також за переліт через територію країн (стандартна позиція міжнародних правил); екологічний податок на певні групи товарів, у тому числі на пестициди (Швейцарія, Данія, Угорщина, Франція, Португалія та ін.); мінеральні добрива (Норвегія і Швеція); пластмасову тару, упакування (Ісландія, Данія, Угорщина, Польща); батарейки-акумулятори (Японія, Данія та Швеція); шини (Фінляндія, Угорщина, Канада, Данія, Польща); розчинники (Данія); мастила (Норвегія, Фінляндія та Франція); екологічний податок на паливо, у тому числі залежно від наявності шкідливих компонентів, таких як сірка (Бельгія, Польща, Швеція, Франція і Данія), свинець (у більшості країн); вуглець (Нідерланди, Данія, Фінляндія і Норвегія), окиси азоту (Чехія, Польща, Франція і Швеція) та ін.

Існують специфічні екологічні податки, які застосовують тільки в окремих країнах [4], зокрема податки на відходи електричного та електронного устаткування (WEEE), що запроваджені лише у Швеції, Чехії, Франції, Бельгії, Словаччині, Литві та Австрії. Податок закладається у вартість товарів, що поділені на три групи (велика побутоватехніка, середнятехніка, малапобутоватехніка)тарозраховуєтьсязаодиночку придбаного товару. Так, найбільша сума в 30 євро сплачується за холодильники у Швеції, найменша – 5,5 євро – у Чехії. Податок на комп'ютери, телевізори та інші види апаратури розраховується при утилізації за кілограми; 1 кг утилізації телевізора у Словаччині коштує 1,7, а в Литві – всього 0,1 євро. На Мальті існують пільгові тарифи для тих, хто продає електроенергію, вироблену з фотоелектричних одиниць. Податок на авіаційне паливо або на авіаперевезення запровадили лише три країни: Велика Британія, Німеччина та Австрія. Величина податку залежить від дальності польотів та стягується згідно триступінчатої схеми, яка визначається дальністю польоту.

Отже, більшість країн світу активно впроваджує екологічне оподаткування, що свідчить про його необхідність і важливе значення для економіки держави. Для забезпечення ефективності та економічної доцільності застосування такі податки повинні відповідати певним умовам, зокрема сприяти наповненню як спеціального,

так і загального фондів державного бюджету; сприяти поліпшенню екологічної ситуації завдяки стимулюванню платників знижувати негативний вплив на довкілля, запроваджуючи екологічно чисті, ресурсо- та енергозберігаючі технології; бути простими щодо декларування та сплати, завдяки сприянню максимального спрощення процедур адміністрування та розширення кола податкових агентів.

Література:

1. Цимбалюк І.О. Ефективність реформування вітчизняної системи екологічних платежів / І.О. Цимбалюк // Економічний вісник університету: збірник наукових праць учених та аспірантів. – Переяслав-Хмельницький: Державний вищий навчальний заклад «Переяслав-Хмельницький державний педагогічний університет імені Григорія Сковороди», 2013. – Випуск 20/1. – С. 186-195.
2. Environmental taxes statistics / Офіційний сайт Європейської Комісії [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://epp.eurostat.ec.europa.eu>
3. Офіційна Інтернет-сторінка Муніципальної програми врядування та сталого розвитку [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://msdp.undp.org.ua>
4. Шевченко І. В. Екологічне оподаткування: зарубіжний досвід і Україна / І. В. Шевченко // Стратегічні пріоритети. – 2014. – № 2. – С. 55-60.

ПОД- СЕКЦИЯ 12. Экономика предприятия и управление производством.

Хади Амине

Аспирант Национального аэрокосмического университета им. Н.Е. Жуковского «Харьковский авиационный институт», Украина

КАЧЕСТВО ПРОДУКЦИИ: ХАРАКТЕРИСТИКА, СУЩНОСТЬ, ЭВОЛЮЦИЯ ПОДХОДОВ

В статье уточнено понятие «качество продукции», рассмотрены факторы формирования качества продукции, определены направления повышения качества продукции.

Ключевые слова: качество; качество продукции; конкурентоспособность; показатели оценки качества продукции.

Key words: quality; product quality; competitiveness; assessing the quality indices of production.

Постановка проблемы. Качество занимает ключевую позицию в экономической стратегии развитых стран, а ее уровень служит надежным индикатором состояния экономики. В рыночных условиях, которые характеризуются усилением конкурентной борьбы, особое место приобретает вопрос сертификации и управления качеством как организации в целом, так и продукции в частности. В Украине управление качеством необходимо изучать не только с позиции повышения конкурентоспособности отечественного товаропроизводителя, но также и с точки зрения освоения единых подходов в условиях становления глобальных международных рынков и уничтожения торговых барьеров в условиях освоения европейских рынков.

Анализ последних исследований. Большой вклад в разработку теории и практики систем управления качеством внесли как отечественные ученые и практики, так и зарубежные. Среди них можно выделить исследования Л. Бадалова, И. Венецкого, Э. Деминга, В. Окрепилова, Г. Кремнева, М. Круглова, О. Пономарева, У. Шухарта, А. Фейгенбаума. Однако, не смотря на уже имеющиеся результаты исследований в данной области, в дальнейшем изучении вопроса нуждается система усовершенствования действующих систем оценки качества продукции, а для этого надо понимать саму суть понятия «качество продукции» и факторы формирования качества продукции.

Цель статьи – уточнить понятия «качество продукции», рассмотреть факторы формирования качества продукции, определить направления повышения качества продукции.

Изложение основного материала. Качество продукции в настоящее время заняло одно из важнейших место в экономической и предпринимательской деятельности современного общества. С самых общих позиций под качеством можно понимать совокупность свойств и характеристик продукции. Эти свойства и характеристики формируются при создании изделий и в зависимости от требований заказчиков и потребителей могут быть самыми разнообразными как по уровню, так

и по сочетанию. Качество промышленных изделий необходимо обеспечивать в том или ином виде, поэтому под обеспечением качества логично понимать процесс формирования необходимых свойств и характеристик продукции. На качество продукции влияют множество самых разнообразных факторов: качество проектирования, уровень технологии, качество покупных изделий и материалов, условия труда и т.д.

Практически вся производственная деятельность предприятия и все то, что её обеспечивает, прямо или косвенно, в большей или меньшей степени влияет на формирование качества. Основными предпосылками обеспечения качества продукции являются технические и административные факторы. Обеспечение качества промышленной продукции неразрывно связано с таким понятием как управление качеством – процесс воздействия на производство для достижения требуемого уровня качества [8, с. 4].

Традиционно категория качества является многомерным понятием, что проявляется через фундаментальное определение, которое олицетворяет сущность объекта и его содержание.

Прикладное понятие качества принадлежит к конкретным объектам. Раскрывают прикладное понятие технократический и инновационный подходы, которые характеризуют качество через свойства и включение в процесс его формирования вспомогательных элементов (поставщиков, потребителей, ресурсов). Это связано с тем, что: во-первых, каждый процесс не существует сам по себе, а касается конкретного собственника; во-вторых, общие результаты успешной деятельности предприятия формируются путем объединения в единую совокупность этих процессов и их владельцев. Многомерность и объем понятия качества не дает возможности четкого его определения.

Под качеством продукции понимают совокупность свойств и характеристик продукта, которые предоставляют ему способность удовлетворять обусловленные или предвиденные потребности [5]. Такое определение приведено в стандарте ISO и является наиболее распространенным в странах с развитой экономикой. Из этого следует, что для каждого предприятия принципиально важно постоянно повышать и совершенствовать уровень качества, чтобы обеспечить конкурентную позицию на рынке товаров и услуг.

С точки зрения более детального анализа показателей качества, можно дать такое определение качества. Качество продукции – это совокупность свойств, которые отображают безопасность, новизну, долговечность, надежность, экономичность, эргономичность, эстетичность, экологичность продукции, что предоставляют ей способность удовлетворять потребителя соответственно ее назначению [11].

Качество продукции имеет физическую и техническую стороны, т.к. продукция – это чаще всего физическое вещество, измененное деятельностью человека. Продукции в результате производственной деятельности предоставляются определенные технические свойства, связанные с ее полезностью, надежностью и т.п.

Качество также имеет экономическую составляющую, т.к. в каждом изделии есть определенное количество общественно необходимой деятельности. Продукция имеет товарную форму и подлежит экономическому учету. Качество определяет значительную часть материального мира, который удовлетворяет социальные потребности. Оно влияет на чувствительное восприятие и воспитание людей. Разные ха-

рактические характеристики продукции, которые составляют ее качество, в большинстве случаев противоречат друг другу.

Практически всегда можно наблюдать, что улучшение одной характеристики или их группы приводит к ухудшению другой характеристики или их группы. Например, материал с высокой прочностью, как правило, плохо подвергается технологической обработке. Например, повышение мощности и производительности электрической турбины повышает материало- и трудоемкость.

Учитывая противоречивую природу качества, специалисты стремятся улучшать те или иные характеристики продукции, не ухудшая других, т. е. пытаются найти способы, которые обеспечат гармонию, равновесную между характеристиками. Конструктору приходится преодолевать эти разногласия, стремясь к оптимальному объединению всех характеристик продукции.

Гармоническое объединение характеристик продукции достигается наилучшим соотношением между разными характеристиками и их группами. Следует указать, что достижение оптимальной структуры характеристик продукции является одной из важнейших и сложных задач разработки новой продукции и обеспечения ее качества.

В наше время объективная необходимость повышения уровня качества продукции обусловлена несколькими причинами:

- 1) качество продукции становится одним из решающих факторов повышения эффективности производства и интенсивного развития экономики в целом;
- 2) изготовление некачественной продукции приносит большой экономический убыток как на отдельных предприятиях, так и в пределах всей национальной экономики;
- 3) изменяется психология потребителя и его требования к качеству продукции;
- 4) качество является одним из важнейших факторов конкурентоспособности продукции в условиях усиления конкурентной борьбы за рынки сбыта [3].

Соответственно формирование качества продукции происходит под влиянием таких трех важнейших факторов, как:

- 1) учет потребностей потребителей и исследование условий внутреннего и внешнего рынков сбыта;
- 2) активное использование достижений научно-технического прогресса;
- 3) стимулирование использования творческого потенциала персонала предприятия.

Можно выделить два важнейших пути изменения качества. Первый состоит в простой перегруппировке тех характеристик, которые имеет продукция. В этом случае новое качество формируется за счет изменения количества и характера связей между перегруппированными характеристиками, состав которых остается предыдущим, а изменяется лишь структура. Однако, если бы механизм развития качества заключался только в таком простом перераспределении характеристик, то качество продукции не развивалось бы поступательно, а одни характеристики получали бы преимущества за счет других. Второй, более сложный путь, состоит в изменении состава характеристик продукции. Первый – в «прыжок» с плавным переходом качественных изменений в новое качество, а второй – «прыжок» с резким изменением качества и принципиальным повышением технического уровня.

Также можно заключить, что качество развивается по своеобразным внутренним законам. Можно назвать два направлений развития качества продукции. Один направлен на общее развитие качества продукции и отображает историческую тенденцию ее роста.

Научно-технический прогресс, развитие производства вооружают людей новыми знаниями и средствами труда. Они создают новые виды продукции, улучшают качество той продукции, которая уже производится. Это материальное и генеральное направление обеспечения роста качества. К нему принадлежит и улучшение качества другого характера, когда, познавая глубже уже имеющуюся продукцию, установив в ней новые характеристики, люди полнее используют объективно существующую природу продукции для удовлетворения новых потребностей. Природа такой продукции не изменяется, но уровень ее полезности возрастает. Второе направление изменения качества касается конкретных изделий и продукции.

В процессе хранения, использования, эксплуатации продукция физически ухудшается в абсолютном значении, т. е. ее физическое состояние со временем изменяется. Это отдельное направление изменения качества. Если в генеральном направлении качество продукции возрастает, то в отдельном – ухудшается. Это обстоятельство свидетельствует еще об одной характеристике качества продукции, которая является динамической категорией, т. е. качество продукции является функцией времени. Эта характеристика имеет определяющее значение для познания природы качества продукции.

Закономерности физического старения продукции используются для организации текущего и профилактического ее ремонта и обслуживания. Не меньшее значение имеет моральное старение продукции. Этот вид старения продукции за своей значимостью для оценки ее экономической эффективности, технической подготовки производства занимает важное место в планировании создания новой и своевременной замены продукции, которая производится, а также такой, что находится в эксплуатации. Морально устаревшая продукция экономически не удобна по сравнению с новой, которая имеет более высокий технико-экономический уровень.

Четкое понимание сути качества продукции важно для того, чтобы сравнивая и сопоставляя между собой разные ее виды, правильно развивать общественное производство и точно оценивать его результаты, проектировать новую продукцию и прогнозировать ее развитие, объективно обнаруживать производственные и индивидуальные потребности, выяснять спрос и решать другие задачи обеспечения необходимого качества продукции. Анализ литературных источников [6; 7; 10; 13] показал, что выявление похожих и противоположных взглядов на данный вопрос разрешает через анализ общих свойств качества проявить содержание категории.

За последние годы собственно термин «качество» испытал существенные изменения. Различают такие уровни понятия качества:

- 1) «соответствие стандарта», т. е. нормативным требованиям установленным государством;
- 2) «соответствие использованию», т. е. товар должен отвечать не только требованиям стандартов, но и эксплуатационным требованиям;
- 3) «соответствие фактическим требованиям рынка», выполнение требования «цена-качество»;



Рисунок 1. Содержательная характеристика определения категории «качество продукции»

4) «соответствие латентным (скрытым) требованиям», скрытая потребность в самовыражении, возможность другого использования продукции.

Согласно определению понятия «качество продукции», сформулированного Европейской организацией по контролю за качеством, продукция считается качественной, если при минимальных затратах на протяжении всего ее жизненного цикла она максимально оказывает содействие здоровью и удовлетворению потребностей людей, которые привлечены к ее проектированию и созданию при условии минимизации затрат энергии и других ресурсов [5].

Содержательная характеристика определения категории «качество продукции» представлена на рисунке 1.

Несмотря на то, что качество продукции – это довольно абстрактное понятие, для каждого типа продукции существуют определенные показатели качества, которые целиком измерены.

Под показателем качества понимают количественное выражение одной или нескольких однородных свойств продукции, которые удовлетворяют определенные потребности потребителей соответственно ее целевому назначению и условиям использования [4, с. 363]. При обосновании показателей качества и установлении их конкретных уровней по определенным видам продукции нужен комплексный учет факторов [2, с. 454], как:

- потребности непосредственных потребителей: населения, предприятий, которые используют промежуточную продукцию;

- наличие разработанных методик, способов, приемов определения показателей качества и контроля за их формированием;
- реальные возможности достижения установленных показателей качества на данном уровне развития продуктивных сил (техники, технологии, квалификации кадров);
- содействие материальному стимулированию производителей на достижение лучших показателей качества и установление материальной ответственности за их снижение.

Для поддержания высокого качества продукции на предприятии необходимо постоянно внедрять новейшие технологии и контролировать качество продукции в процессе технологического цикла соответственно нормативным документам, путем непосредственной проверки каждого изделия и целенаправленного влияния на условия и факторы, которые формируют его свойства.

Важными показателями для оценки качества являются [12]:

- 1) технический уровень, который отображает материализацию в продукции научно-технических достижений;
- 2) эстетичный уровень, который характеризуется комплексом свойств, связанных с эстетичными ощущениями и взглядами;
- 3) эксплуатационный уровень, связанный с технической стороной использования продукции;
- 4) техническое качество, которое предполагает гармоническую связь предвиденных и фактических потребительских свойств в эксплуатации изделия.

Рассмотрим, как определяются указанные уровни качества в практической деятельности украинских субъектов хозяйствования. Следует подчеркнуть, что, как правило, применяются два подхода к обеспечению качества и управление ним: государственный и корпоративный.

Государственный подход предусматривает внедрение правительством государственных стандартов качества и инициирование деятельности в области обеспечения качества с целью усиления конкурентных позиций предприятий на внутреннем рынке и за рубежом. Соответственно Декрету КМУ «О стандартизации и сертификации», принятого в мае 1993 г., в Украине создана система сертификации продукции Укрсебро, функционирование которой направлено на обеспечение надлежащего уровня качества продукции. Сертификация – это действие, которое с помощью сертификата соответствия утверждает, что данный товар или услуга отвечает стандартам качества.

Управление системой сертификации продукции Укрсебро осуществляет Госстандарт Украины, который имеет сеть территориальных органов по сертификации, испытательные лаборатории. Сертификация продукции может быть обязательная или добровольная. С 1 июля 1994 г. введена обязательная сертификация для значительной части товаров и услуг, которые вошли в утвержденный перечень. По желанию предприятий-производителей можно проводить добровольную сертификацию продукции, которая не вошла в утвержденный перечень. Такая инициатива приобретает все большее распространение, ведь наличие сертификата соответствия является нормой торговых отношений в мире.

С 1 января 1997 г. в Украине внедрены новые бланки сертификатов соответ-

ствия стандартам качества, которые имеют цветное художественно-графическое оформление и 12 степеней защиты [1]. Кроме выше обозначенных мероприятий в Украине введены в действие международные стандарты качества ISO 9000 – это серия документов (9001-9004), которые определяют требования к системам качества производителей. Стандарт охватывает контроль и гарантии качества на стадиях конструирования, производства, монтажа и обслуживания. Внедрение международных стандартов разрешает производителю не только повысить качество своих товаров до уровня международных требований, но и обеспечивает перестройку производства, его организацию, технологию, систему управления качеством до уровня развитых стран мира.

Наличие сертификата соответствия международного стандарта также обеспечивает доступ для украинского производителя на международный рынок. Для поддержки сертификации продукции по международным стандартам предполагается: гармонизация национальных стандартов с международными стандартами, а также льготное кредитование затрат на подготовку и сертификацию продукции. Кроме этого, в Украине необходимо ускорить процесс сближения национальной системы сертификации с требованиями международных систем. Данные направления государственной поддержки должны повлиять на повышение возможности выхода предприятий на рынки промышленно-развитых стран, что будет оказывать содействие увеличению объемов экспорта отечественной продукции и национального дохода страны.

Корпоративный подход предусматривает разработку компаниями своих собственных систем качества, в том числе создание специальных программ относительно обеспечения качества, «кружков качества», внедрение системы Total Quality Management [9]. В разных странах принято за аксиому то, что рост производства невозможен без соблюдения соответствующего уровня качества продукции.

Выводы. Таким образом, повышение качества продукции безусловно положительно влияет на результаты деятельности любого предприятия. Современные условия хозяйствования требуют от каждого предприятия внедрения и соблюдения надлежащего (действующего) комплексного механизма управления качеством.

Можно утверждать, что трактовка отечественными и зарубежными учеными понятия «качество» происходит в двух направлениях: качество – как совокупность свойств и характеристик объекта, которые касаются его способности удовлетворять установленные и предусмотренные потребности и качество – как один из важнейших показателей, который определяет спрос на продукцию, и часто имеет решающее значение для достижения, поддержки и повышения конкурентоспособности. Т.е., одни ученые считают, что больше надо ориентироваться на потребности потребителя, а другие – на действия конкурентов относительно выпуска похожей продукции.

Литература

1. Альперин Л. Основные направления подготовки к 21 веку – веку качества // Стандарты и качество, 1998. – №1. – С. 48-52.
2. Андрійчук В. Г. Економіка аграрного підприємства : навчально-методичний посібник для самостійного вивчення дисципліни – К. : КНЕУ, 2000. – 355 с.
3. Білан О. Якість продукції як ключовий чинник забезпечення конкурентоспро-

- можності підприємства // Соціально-економічні проблеми і держава, 2014. – Вип. 2 (11). – С. 55-61.
4. Васильков В. Г. Організація виробництва : навч. посібник – К. : КНЕУ, 2003. – 524 с.
 5. ДСТУ ISO 9000-2001. Системи управління якістю. Основні положення та словник. – На заміну ДСТУ 3230-95; Введ. 27.06.2001 р. – К. : Держстандарт України, 2001. – 26 с.
 6. Жирний Г. Г. Якість та статистика: мета та спосіб // Прикладна статистика Актуарна та фінансова математика, 2005. – № 1-2. – С. 161-168.
 7. Мазур И. И. Управление качеством : учеб. пособ. для студентов вузов, обучающихся по специальности «Управление качеством» / И. И. Мазур, В. Д. Шапиро. – 3-е изд., стер. – М. : Изд. Омега-Л, 2009. – 400 с.
 8. Медунецкий В. М. Основы обеспечения качества и сертификация промышленных изделий : учебное пособие – СПб. : НИУ ИТМО, 2013. – 61 с.
 9. Мороз Л. А. Маркетинг : [навч. посібник] / Л. А. Мороз, Н. І. Чухрай. – Львів : ДУ «Львівська політехніка», 1999. – 244 с.
 10. Огвоздин В. Ю. Управление качеством. Основы теории и практики : учеб. пособ.– М. : Изд. «Дело и Сервис», 1999. – 160 с.
 11. Про державний нагляд за дотриманням стандартів, норм, правил і відповідальність за їх порушення. Декрет КМ України // Відомості ВРУ, 2001. – №23.
 12. Труш Ю. Я. Обґрунтування основних шляхів підвищення управління якістю продукції // Формування ринкових відносин в Україні, 2011. – № 8. – С. 91-94.
 13. Чорномаз В. С. Сучасний підхід до управління якістю промислової продукції // Регіональні перспективи, 2006. – № 3-5(40-42). – С. 58-61.

MIEJSCE I ROLA SEKTORA MAŁYCH TA ŚREDNICH PRZEDSIĘBIORSTW W GOSPODARCE POLSKI I UKRAINY

Słowa kluczowe: małe i średnie przedsiębiorstwa, tempo wzrostu gospodarczego, produkt krajowy brutto.

Keywords: small and medium enterprises, the pace of economic growth, gross domestic product.

Małe i średnie przedsiębiorstwa w gospodarce badanych krajach – ważny sektor, który odgrywa kluczową rolę w określeniu tempa wzrostu gospodarczego, struktury i jakości produktu krajowego brutto. On kieruje środki na różne sektory, natomiast, posiada wysokiego poziomu inwestycji, mobilności i elastyczności [2;5].

Jednak w tym obszarze nadal istnieje wiele problemów, które utrudniają jego rozwój: potrzebność poprawy funkcjonowania systemu podatkowej, brak wyraźnych zasad finansowania i brak motywacji do tworzenia własnego biznesu.

Pytaniem małego i średniego przedsiębiorstwa już wielokrotnie się ukraiński i zagraniczni naukowcy, taki jak Boronoy V.M, Ivanenko A.P., Onischuk J.V., Varnaly Z.S., Bończak-Kucharczyk E., Herbst K., Chmura K. Badania polskich naukowców wskazywali na to, że podstawowym środkiem finansowania małych i średnich przedsiębiorstw są środki własne [5].

W 2014 roku polscy przedsiębiorcy sektora małego i średniego biznesu w 63% finansowali swe inwestycje ze środków własnych, wtedy jak ukraińscy właściciele tego samego sektora nie miały taką „wysokiej” możliwości dla inwestycji. Na Ukrainie pod koniec 2014 roku, ten wskaźnik był 43%, co jest na 20% niższy niż w Polsce.

W krajach rozwiniętych gospodarczo, takich jak Polska, które są częścią OECD (Organizacji Współpracy Gospodarczej i Rozwoju), około 60% PKB jest tworzone przez małe przedsiębiorstwa, taki jak przedsiębiorstwa, w których liczba pracowników nie przekracza 50 osób.

To widzimy z tego, że duża liczba małych przedsiębiorstw gwarantują wysoki poziom konkurencyjności, a rozmaite działań gospodarczych jest tak wielka, że nowoczesna gospodarka wymaga dużej liczby przedsiębiorstw [1]. W Polsce przedsiębiorstwa rozmieszczone nierównomiernie. Ich największa ilość znajduje się wokół dużych miast, gdzie infrastruktura i przemysł są dobrze rozwinięte. Pięć największych i najbardziej rozwiniętych województw: mazowieckie, śląskie, dolnośląskie, małopolskie i wielkopolskie wynosi około 54,2% wszystkich przedsiębiorstw w Polsce.

Dla porównania, w pozostałych pięciu województwach czterokrotnie mniejsze przedsiębiorstw – ich liczba wynosi około 13,7% wszystkich zarejestrowanych przedsię-

biorstw, co na 6,91% więcej niż na Ukrainie. W odniesieniu do rozwiniętych regionów Ukrainy na 2014 rok, w takich jak: Dniepropietrowsk, Kijów, Charków, Odessa i Lwów wynosi około 50,73% wszystkich zarejestrowanych przedsiębiorstw, co na 3,47% mniej niż w Polsce [5].

Według doniesień z GUS Polski, na 2014 rok w kraju zostały zarejestrowane około 4,6 mln przedsiębiorstw, z czego ponad 65% był sektor małych i średnich przedsiębiorstw, oraz duże firmy stanowią tylko 32% od tej liczby. Z ogromnego potencjału tego sektora świadczy fakt, że w porównaniu z 2010 do 2014 liczba małych i średnich przedsiębiorstw w Polsce wzrosła ponad 25% [4].

W odróżnieniu od Polski, na Ukrainie w 2014 roku, około 1,9 mln przedsiębiorstw zostały zarejestrowane, co na 2,7 mln mniej niż w Polsce, z czego ponad 85% to małe i średnie przedsiębiorstwa [4].

Drugim elementem, w którym małe przedsiębiorstwa odgrywają ważną rolę jest innowacyjność. Poprzez innowacyjności i pomysłowości małego biznesu są stworzone: komputer osobisty, radio tranzystorowe, ekspres do kopiowania, podręczny kalkulator.

Innym ważnym elementem istnienia małych i średnich przedsiębiorstw jest ich zdolność do tworzenia nowych miejsc pracy. Ten sektor przedsiębiorstw nieustannie zwiększając liczbę tworzonych miejsc pracy, co również pozytywnie wpływa na rozwój gospodarki jako całości [4;5].

W ciągu ostatnich 4 lat w Polsce, liczba miejsc pracy na mikroprzedsiębiorstwach wzrosła na 6%, w małych firmach na 4%, a na średnich nawet na 11%. Wśród ponad 800 tysięcy miejsc pracy stworzonych przez przedsiębiorstwa w latach 2010-2014, ponad połowę miejsc pracy zostały utworzone przez sektor małych i średnich przedsiębiorstw, co na 14,5% wyższe niż na Ukrainie. [2].

Małe i średnie przedsiębiorstwa są wiodący sektoru, które określają tempo wzrostu, struktury i jakość produktu krajowego brutto. On może bez wysokich kapitałowych inwestycji zwiększyć produkcję wielu towarów i usług, z wykorzystaniem lokalnego źródła surowców.

Spis literatury :

1. Бороной В.М., Иваненко А.П. Инновационное развитие малого и среднего бизнеса как источник устойчивого развития // Механизм регулирования экономики. – 2008. – №1. – с.44-55
2. Онищук Я.В. Финансовое обеспечение деятельности малого бизнеса. //Финансы Украины. № 7, 2009. – с. 32-33.
3. Bończak-Kucharczyk E., Herbst K., Chmura K., Jak władze lokalne mogą wspierać przedsiębiorczość, Polska Fundacja Promocji i Rozwoju MSP, Warszawa, 2012.
4. Koszarek M., Milewski G., Rybacka M., Szultka S., 2008: Analiza czynników konkurencyjności sektora MŚP w Polsce. Instytut Badań nad Gospodarką Rynkową. Gdańsk, s. 42.

