

**МІНІСТЕРСТВО ОСВІТИ І НАУКИ УКРАЇНИ  
НАЦІОНАЛЬНИЙ АВІАЦІЙНИЙ УНІВЕРСИТЕТ  
ФАКУЛЬТЕТ ЕКОНОМІКИ ТА БІЗНЕС-АДМІНІСТРУВАННЯ  
Кафедра фінансів, обліку і аудиту**



**ЗБІРНИК МАТЕРІАЛІВ**

**МІЖНАРОДНА НАУКОВО-ПРАКТИЧНА  
КОНФЕРЕНЦІЯ**

**«КОРПОРАТИВНІ ФІНАНСИ: СОЦІАЛЬНО-  
ЕКОНОМІЧНІ, ОРГАНІЗАЦІЙНО-ПРАВОВІ ТА  
ІНСТИТУЦІОНАЛЬНІ АСПЕКТИ»**

**15 березня  
2018 року**

**м. Київ**

УДК 657(082)

Матеріали міжнародної науково-практичної конференції «Корпоративні фінанси: соціально-економічні, організаційно-правові та інституціональні аспекти». – К.: НАЦІОНАЛЬНИЙ АВІАЦІЙНИЙ УНІВЕРСИТЕТ, 2018. – 135 с.

Матеріали міжнародної науково-практичної конференції містять короткий зміст доповідей робіт студентів, аспірантів, докторантів і викладачів.

Розраховано на широке коло фахівців, студентів, аспірантів, докторантів і викладачів.

## **ГОЛОВНИЙ РЕДАКТОР**

**Гайдаржийська О.М.**, к.е.н., доцент, завідувач кафедри фінансів, обліку і аудиту Факультету економіки та бізнес-адміністрування НАУ.

## **ВІДПОВІДАЛЬНИЙ ЗА ВИПУСК**

**Пілецька С.Т.**, д.е.н., доцент, професор кафедри фінансів, обліку і аудиту Факультету економіки та бізнес-адміністрування НАУ.

© Національний авіаційний університет, 2018

## КАЛЕНДАР РОБОТИ КОНФЕРЕНЦІЇ

**15 березня, четвер**

**13<sup>00</sup> – 13<sup>10</sup>** – Реєстрація учасників.

**13<sup>10</sup> – 13<sup>20</sup>** – Відкриття конференції. Виступ **Янчук М.Б.** – доктора економічних наук, професора кафедри фінансів, обліку і аудиту Факультету економіки та бізнес-адміністрування НАУ.

**13<sup>20</sup> – 15<sup>00</sup>** – Засідання тематичної секції.

**15<sup>00</sup> – 15<sup>10</sup>** – Закриття конференції.

### **Тематичні напрями конференції:**

1. Теоретичні засади організації корпоративних фінансів підприємств авіаційної галузі.
2. Інституціональні аспекти корпоративного фінансування авіапідприємств.
3. Емісійна діяльність авіапідприємств.
4. Інвестиційна діяльність авіапідприємств.
5. Корпоративний аналіз: методи, інструменти та форми впровадження в умовах авіапідприємств.
6. Внутрішній та зовнішній корпоративний контроль діяльності авіапідприємств.
7. Корпоративне планування в умовах авіапідприємств.
8. Управління якістю корпоративної власності в авіаційній галузі.
9. Злиття та поглинання авіапідприємств.
10. Управління капіталом та оцінка вартості авіапідприємств.
11. Корпоративний маркетинг та фінансування еколого-економічної діяльності

Регламент:

Доповідь – до 10 хв.

Обговорення доповіді – до 10 хв.

Робочі мови: українська, російська, англійська, польська

## ЗМІСТ

<b>Абдулгусейнова А.Р.</b> ІННОВАЦІЙНІ МЕТОДИ ОЦІНЮВАННЯ ЕФЕКТИВНОСТІ ІНВЕСТИЦІЙ	10
<b>Апполонова О.І.</b> СКІЛЬКИ КОШТУЄ БРЕНД	11
<b>Богославець Г.О.</b> СУЧАСНІ МЕТОДИ ЗАОЩАДЖЕННЯ ТА ПРИМНОЖЕННЯ КОШТІВ	12
<b>Бондаренко О.М., Жебка В.В.</b> ЄДИНИЙ СОЦІАЛЬНИЙ ВНЕСОК ДЛЯ ПІДПРИЄМЦІВ: НОВАЦІЇ 2018 РОКУ	14
<b>Бондарчук Ю.С.</b> ПОКАЗНИКИ РІВНЯ ІННОВАЦІЙНОСТІ ПІДПРИЄМСТВА	15
<b>Борисенко Ю.С.</b> ПРОБЛЕМА РОЗВИТКУ АВІАЦІЙНОЇ ГАЛУЗІ В УКРАЇНІ	16
<b>Бриль І.В.</b> ВИЗНАЧЕННЯ ОСОБЛИВОСТЕЙ ЕКОНОМІЧНОЇ ДОДАНОЇ ВАРТОСТІ	17
<b>Василенко В.В.</b> СИСТЕМА КОРПОРАТИВНОГО УПРАВЛІННЯ В БАНКУ	18
<b>Вірянська О.В.</b> ІНВЕСТИЦІЙНА ПРИВАБЛИВІСТЬ	19
<b>Гайдаржийська О.М.</b> ДОСЛІДЖЕННЯ РЕСУРСНОЇ ПОЛІТИКИ КОМЕРЦІЙНОГО БАНКУ	20
<b>Голярчук Є.Ю.</b> ПРОБЛЕМИ МАЛОГО ТА СЕРЕДНЬОГО БІЗНЕСУ В УКРАЇНІ ТА ШЛЯХИ ЇХ ВИРІШЕННЯ	22
<b>Гончарова Н.С.</b> МЕТОДИЧНЕ ЗАБЕЗПЕЧЕННЯ УПРАВЛІННЯ КОРПОРАТИВНОЮ БЕЗПЕКОЮ ПІДПРИЄМСТВА	23
<b>Горідько Р.В., Чуб Л.О.</b> ФАКТОРИ ВПЛИВУ НА ПРОЦЕС УПРАВЛІННЯ ІНВЕСТИЦІЯМИ В РОЗВИТОК АВІАТРАНСПОРТУ	25
<b>Давиденко П.А.</b> УПРАВЛІННЯ ПРИБУТКОМ ПІДПРИЄМСТВА: СТРАТЕГІЧНИЙ АСПЕКТ	27
<b>Дубініна М.В., Дубінін В.А.</b> СУТТЄВІТЬ ОБЛІКОВОЇ ІНФОРМАЦІЇ ТА ЇЇ ВПЛИВ НА РЕЗУЛЬТАТИ ДІЯЛЬНОСТІ ПІДПРИЄМСТВ	28

**Дуброва Д.С.**

НАПРЯМИ ПІДВИЩЕННЯ ПРИБУТКОВОСТІ 29  
АВТОТРАНСПОРТНОГО ПІДПРИЄМСТВА

**Жам О.Ю., Романченко К.Т.**

ФАКТОРИ ВПЛИВУ НА ФОРМУВАННЯ ФІНАНСОВОГО 30  
РЕЗУЛЬТАТУ АВІАЦІЙНОГО ПІДПРИЄМСТВА

**Задерака Н.М., Желіба А.А.**

НЕОБХІДНІСТЬ ДЕРЖАВНОГО РЕГУЛЮВАННЯ РОЗМІЩЕННЯ 31  
КОШТІВ СТРАХОВИХ РЕЗЕРВІВ

**Задерака Н. М., Пироженко Ю.В.**

ПРОБЛЕМИ БАНКІВСЬКОГО КРЕДИТУВАННЯ В УКРАЇНІ 32

**Збаразська Л.О.**

ЗАВДАННЯ КОРПОРАТИВНИХ ФІНАНСІВ У КОНТЕКСТІ 34  
СТАНОВЛЕННЯ СМАРТ-ВИРОБНИЦТВ У  
ВИСОКОТЕХНОЛОГІЧНИХ ГАЛУЗЯХ ПРОМИСЛОВOSTІ

**Зінчук Т.Г.**

ПРОБЛЕМИ ОБЛІКУ ВИТРАТ ПІДПРИЄМСТВА НА ІНФОРМАЦІЮ 36  
БЕЗПЕКУ

**Зозуля І.М.**

АНАЛІЗ МЕТОДИЧНИХ ПІДХОДІВ ДО ОЦІНЮВАННЯ ВАРТОСТІ 37  
ПІДПРИЄМСТВА

**Іванець Д.В.**

УМОВИ ЗДІЙСНЕННЯ ІНВЕСТИЦІЙНОЇ ДІЯЛЬНОСТІ НА 38  
АВІАПІДПРИЄМСТВАХ УКРАЇНИ

**Івашута М.Ю.**

ТЕОРЕТИЧНІ ОСНОВИ РОЗРОБКИ СТРАТЕГІЙ РОЗВИТКУ 39  
ПІДПРИЄМСТВА

**Ізотова В.В.**

НЕТРАДИЦІЙНІ ПОСЛУГИ ДЕПОЗИТНИХ КОРПОРАЦІЙ 41

**Казакова Т.М.**

НАПРЯМИ ТА ФОРМИ ІННОВАЦІЙНОГО ОНОВЛЕННЯ 42  
ОСНОВНИХ ЗАСОБІВ ПІДПРИЄМСТВА

**Камишна С. Ю.**

ФОРМУВАННЯ МАРКЕТИНГОВОЇ СТРАТЕГІЇ 43  
АВІАПІДПРИЄМСТВА

**Кеніна М.О.**

АРБІТРАЖНІ ВАЛЮТНІ ОПЕРАЦІЇ 45

**Кириченко О.О.**

КЛАСИФІКАЦІЯ ОПЕРАЦІЙ КОМЕРЦІЙНИХ БАНКІВ З ЦІННИМИ 46  
ПАПЕРАМИ

**Ковтуненко В.М., Березовська О.О**

АНАЛІЗ АВІАЦІЙНОЇ ГАЛУЗІ УКРАЇНИ ТА СВІТУ 48

<b>Ковтуненко В.М., Деркач О.С.</b>	
СТАН, ПРОБЛЕМИ ТА ПЕРСПЕКТИВИ РОЗВИТКУ АВІАЦІЙНОЇ ГАЛУЗІ УМОВАХ СЬОГОДЕННЯ	49
<b>Ковтуненко В.М., Федоренко Д.Л.</b>	
ПРОБЛЕМИ ОБЛІКУ РЕАЛІЗАЦІЇ ГОТОВОЇ ПРОДУКЦІЇ НА ПІДПРИЄМСТВАХ УКРАЇНИ	50
<b>Ковтун К.Ю.</b>	
ВНУТРІШНІЙ КОРПОРАТИВНИЙ КОНТРОЛЬ ДІЯЛЬНОСТІ АВІАПІДПРИЄМСТВ	51
<b>Колосс І.І.</b>	
ВПЛИВ КОРПОРАТИВНОГО МАРКЕТИНГУ НА ОРГАНІЗАЦІЮ БІЗНЕС-ПРОЦЕСІВ	53
<b>Комісаренко Я. І.</b>	
УПРАВЛІННЯ ФІНАНСОВОЮ АКТИВНІСТЮ ПІДПРИЄМСТВ	55
<b>Коритько Т.Ю.</b>	
МОТИВАЦІЯ ТА СТИМУЛЮВАННЯ ІНВЕСТИЦІЙНОЇ АКТИВНОСТІ ПІДПРИЄМСТВ	57
<b>Костюнік О.В.</b>	
ПРОБЛЕМИ ФОРМУВАННЯ ТА ОБЛІКУ ВЛАСНОГО КАПІТАЛУ НА ПІДПРИЄМСТВАХ В СУЧАСНИХ УМОВАХ	58
<b>Кривенко В.О.</b>	
НАПРЯМИ ЗАБЕЗПЕЧЕННЯ ЕФЕКТИВНОСТІ УПРАВЛІННЯ ВАРТІСТЮ ПІДПРИЄМСТВА	60
<b>Кулініч Я.В.</b>	
МЕТОДИЧНІ ОСНОВИ НАРОЩУВАННЯ ПРИБУТКУ ПІДПРИЄМСТВА	62
<b>Кушнір Д.Ю.</b>	
ОБГРУНТУВАННЯ НАПРЯМІВ ПІДВИЩЕННЯ ФОНДОВІДДАЧІ НА ПІДПРИЄМСТВІ	63
<b>Лукаржевська В.М.</b>	
ЕКОНОМІЧНІ ЗАГРОЗИ В УПРАВЛІННІ КРИПТОВАЛЮТОЮ	64
<b>Лисенко В.В.</b>	
ОБГРУНТУВАННЯ ФАКТОРІВ ЗНИЖЕННЯ СОБІВАРТОСТІ ПРОДУКЦІЇ НА ПІДПРИЄМСТВІ	65
<b>Мазур А.М.</b>	
ДІАГНОСТИКА ФІНАНСОВОЇ СТІЙКОСТІ ПІДПРИЄМСТВА ЯК ВАЖЛИВА СКЛАДОВА КОРПОРАТИВНОГО ПЛАНУВАННЯ В СУЧАСНИХ УМОВАХ	66
<b>Масюк І.І.</b>	
ВПЛИВ ЕКОНОМІЧНОГО АНАЛІЗУ НА ДІЯЛЬНІСТЬ ПІДПРИЄМСТВА	68
<b>Матвєєв В.В., Смик І.А.</b>	
ДОСЛІДЖЕННЯ ВПЛИВУ ПОДАТКОВОЇ РЕФОРМИ НА ФІНАНСОВІ ПОТОКИ КОРПОРАЦІЙ	69

<b>Матвєєв С.П.</b>	
ЕКОЛОГО-ЕКОНОМІЧНІ ЗВ'ЯЗКИ АВІАЦІЙНИХ ПІДПРИЄМСТВ В ТЕРИТОРІАЛЬНИХ ПРИРОДНО-ГОСПОДАРСЬКИХ КОМПЛЕКСАХ	70
<b>Матківська Т.Я.</b>	
ПЕРЕВАГИ ТА НЕДОЛІКИ ПОДАННЯ ЕЛЕКТРОННОЇ ЗВІТНОСТІ	72
<b>Мацаєнко Ю.О.</b>	
МЕТОДИ ЗДІЙСНЕННЯ ПРОЦЕСУ ВАЛІДАЦІЇ СТАРТАПІВ	73
<b>Мельниченко М.О.</b>	
ІНВЕСТИВАННЯ ДІЯЛЬНОСТІ АВІАЦІЙНИХ ПІДПРИЄМСТВ	75
<b>Мяких І.М., Пілецька С.Т.</b>	
ТЕОРЕТИЧНІ ОСНОВИ ФОРМУВАННЯ КОНКУРЕНТОСПРОМОЖНОСТІ ПІДПРИЄМНИЦЬКОЇ СТРУКТУРИ	76
<b>Нікольська В.О.</b>	
УМОВИ РЕАЛІЗАЦІЇ ПРОЦЕСІВ ВІДТВОРЕННЯ ОСНОВНИХ ЗАСОБІВ ПІДПРИЄМСТВА	77
<b>Отрошко В.П.</b>	
ОСОБЛИВОСТІ ЗАЛУЧЕННЯ ПРЯМИХ ІНОЗЕМНИХ ІНВЕСТИЦІЙ В ЕКОНОМІКУ УКРАЇНИ	78
<b>Панасюк В.К.</b>	
ОСОБЛИВОСТІ РОЗРАХУНКУ ДОПОМОГИ ПО ВАГІТНОСТІ ТА ПОЛОГАХ В 2018 РОЦІ	80
<b>Поліщук Т.І.</b>	
НАПРЯМИ ПІДВИЩЕННЯ КОНКУРЕНТОСПРОМОЖНОСТІ ТРАНСПОРТНОГО ПІДПРИЄМСТВА	81
<b>Понедільчук Т.В.</b>	
УПРАВЛІННЯ ЛЮДСЬКИМ КАПІТАЛОМ: ТЕОРЕТИЧНІ ТА ПРАКТИЧНІ АСПЕКТИ	82
<b>Попович О.В.</b>	
ЦІКАВІ ФАКТИ ПРО БІТКОІНИ	83
<b>Порхачов М.О.</b>	
КОРПОРАТИВНИЙ МАРКЕТИНГ В УПРАВЛІННІ ПРИВАТНОЇ ШКОЛИ ДЛЯ ЮРИДИЧНИЙ ОСІБ	85
<b>Порхун Є.І.</b>	
УПРАВЛІННЯ КРЕДИТНИМИ РИЗИКАМИ В БАНКІВСЬКІЙ СИСТЕМІ	87
<b>Посипайко Є. А.</b>	
ХАБОВА СТРАТЕГІЯ АЕРОПОРТІВ	88
<b>Рак А.В.</b>	
МЕТОДИЧНЕ ЗАБЕЗПЕЧЕННЯ РОЗРОБКИ ІНВЕСТИЦІЙНОЇ СТРАТЕГІЇ ТРАНСПОРТНОГО ПІДПРИЄМСТВА	89
<b>Рибак О.М., Беланова Ю.В.</b>	
СТИМУЛЮВАННЯ ДІЯЛЬНОСТІ КОРПОРАЦІЙ НА ФОНДОВОМУ РИНКУ УКРАЇНИ	90

<b>Рибак О.М., Гулаткан Т.Ю.</b>	
ПИТАННЯ ЗАЛУЧЕННЯ КОШТІВ ДЕПОЗИТНИМИ КОРПОРАЦІЯМИ УКРАЇНИ	91
<b>Рибак О.М., Петрусенко Л.О.</b>	
ЕФЕКТИВНІСТЬ ВИКОРИСТАННЯ ОСНОВНИХ ЗАСОБІВ НА КОРПОРАТИВНИХ ПІДПРИЄМСТВАХ	92
<b>Рибак О.М. Якімова І. Л.</b>	
ВПЛИВ РІВНЯ ЖИТТЯ НАСЕЛЕННЯ НА АКТИВНІ ОПЕРАЦІЇ ДЕПОЗИТНИХ КОРПОРАЦІЙ УКРАЇНИ	93
<b>Романченко К.Т.</b>	
ФАКТОРИ ВПЛИВУ НА ФОРМУВАННЯ ФІНАНСОВОГО РЕЗУЛЬТАТУ АВІАЦІЙНОГО ПІДПРИЄМСТВА	94
<b>Савчук Л.О.</b>	
ВИКОРИСТАННЯ КОШТІВ НА ВЕДЕННЯ ЕКОЛОГО-ЕКОНОМІЧНОЇ ДІЯЛЬНОСТІ АВІАТРАНСПОРТНИМИ	96
<b>Салько Я.М.</b>	
ПРОБЛЕМИ УПРАВЛІННЯ ДЕБІТОРСЬКОЮ ЗАБОРГОВАНІСТЮ	98
<b>Сайко О.В.</b>	
ОРЕНДА ЧИ ЛІЗИНГ	99
<b>Скрипніченко І.О.</b>	
НЕОБАНКИ: ЗАРУБІЖНИЙ ДОСВІД	100
<b>Сліпак І. Р.</b>	
ПРОЦЕСИ ЗЛИТТЯ ТА ПОГЛИНАННЯ У БАНКІВСЬКІЙ СФЕРІ УКРАЇНИ	101
<b>Соловей Н.В.</b>	
АНАЛІТИКА ЕКОНОМІЧОЇ ЕФЕКТИВНОСТІ ПРОЕКТА	103
<b>Соф'янівська Н.О</b>	
ФОРМУВАННЯ КАДРОВОГО ПОТЕНЦІАЛУ НА ПІДПРИЄМСТВІ	104
<b>Сторожук В.В.</b>	
МІСЦЕ ТНК В СУЧАСНОМУ МІЖНАРОДНОМУ БІЗНЕСІ	106
<b>Судак Н.В.</b>	
В ЧОМУ РІЗНИЦЯ МІЖ МАЛОЦІННИМИ НЕОБОРОТНИМИ МАТЕРІАЛЬНИМИ АКТИВАМИ ТА МАЛОЦІННИМИ ШВИДКОЗНОШУВАНИМИ ПРЕДМЕТАМИ	107
<b>Сухопер Я.І.</b>	
НЕОБХІДНІСТЬ ЗДІЙСНЕННЯ ІНВЕСТИВАННЯ В АВІАЦІЙНІ ПІДПРИЄМСТВА УКРАЇНИ	109
<b>Тігаренко А.Д.</b>	
ПРАВИЛА ОБЛІКУ ВИТРАТ НА ПРИДБАННЯ АВІАКВИТКІВ	110
<b>Турова Л.Л., Остапчук В.</b>	
ОБЛІК РОЗРАХУНКІВ З ПОСТАЧАЛЬНИКАМИ ТА ПІДРЯДНИКАМИ – ОСНОВОПОЛОЖЕНІ ПРИНЦИПИ	111



<b>Турова Л.Л.</b>	
ВПРОВАДЖЕННЯ СИСТЕМИ УПРАВЛІНСЬКОГО ОБЛІКУ НА	112
ПІДПРИЄМСТВАХ	
<b>Цейзар Є.А.</b>	
ЕТАПИ СТРАТЕГІЧНОГО УПРАВЛІННЯ РОЗВИТКОМ	114
ПІДПРИЄМСТВА	
<b>Чайковська Т.С.</b>	
РОЛЬ ОБЛІКОВОЇ ПОЛІТИКИ В ОРГАНІЗАЦІЇ ОБЛІКУ	115
<b>Черних О.В.</b>	
ФАКТОРИ ВПЛИВУ НА РІВЕНЬ ІНВЕСТИЦІЙНОЇ АКТИВНОСТІ	116
ПІДПРИЄМСТВА	
<b>Щепіна Т.Г.</b>	
СТРАТЕГІЯ РОЗВИТКУ КОРПОРАТИВНОГО НЕДЕРЖАВНОГО	118
ПЕНСІЙНОГО ФОНДУ НАЦІОНАЛЬНОГО БАНКУ УКРАЇНИ	
<b>Щепіна Т.Г., Антонова Р.А.</b>	
ІМПЛЕМЕНТАЦІЯ ВИМОГ ЄВРОПЕЙСЬКИХ ДИРЕКТИВ З	120
КОРПОРАТИВНОГО УПРАВЛІННЯ У ВІТЧИЗНЯНЕ	
ЗАКОНОДАВСТВО	
<b>Щепіна Т.Г., Сасенко Т.А.</b>	
ЗАЛУЧЕННЯ КОШТІВ ДЕПОЗИТНИМИ КОРПОРАЦІЯМИ	122
<b>Щиголь І.В.</b>	
ЗАХОДИ З ПІДВИЩЕННЯ ЕФЕКТИВНОСТІ ВИКОРИСТАННЯ	123
ОСНОВНИХ ЗАСОБІВ ПІДПРИЄМСТВА	
<b>Янчук М.Б., Ковтун О.Ю.</b>	
СУТНІСТЬ КОРПОРАТИВНОГО ЗЛИТТЯ В ГАЛУЗІ	124
АВІАПЕРЕВЕЗЕНЬ	
<b>Cersosimo Francesco</b>	
USE OF IN-MEMORY COMPUTING TECHNOLOGY FOR OBTAINING	126
COMPETITIVE ADVANTAGES IN THE INFORMATION ECONOMY	
<b>Dr. Valentyna Melnik</b>	
TECHNOLOGIES OF MANAGING CORPORATE KNOWLEDGE	127
<b>Melnyk Vladimir</b>	
ANALYSIS OF EXISTING APPROACHES TO THE DETERMINATION	129
OF THE ESSENCE OF STRATEGIC RISKS	
<b>Rustambayov H.B.</b>	
SYSTEM OF MANAGEMENT METHODS FOR FORMATION OF	130
PURCHASED FINANCIAL RESOURCES OF THE COMMERCIAL	
BANK	
<b>Woźniak Leszek</b>	
INTERNATIONAL PRACTICE REGULATION OF TRANSFER	133
PRICING	

## ІННОВАЦІЙНІ МЕТОДИ ОЦІНЮВАННЯ ЕФЕКТИВНОСТІ ІНВЕСТИЦІЙ

Інвестиції – це основне джерело початкового капіталу для багатьох молодих компаній. Інвесторикладають гроші та інші активи в проекти, які здаються їм цікавими, такими, що принесуть їм найбільший прибуток. Сьогодні інвестори звертають увагу на нові, інноваційні проекти, але й вклади в “ перевірені часом ” компанії виправдовують їх очікування. Очевидно, що інвестори звертають увагу лише на те, що принесе прибуток, а визначити в який проект доцільно вкладати свої гроші можна за допомогою оцінки ефективності інвестицій.

Оцінка ефективності інвестицій є одним з найважливіших етапів процесу управління інвестиціями. Ефективність інвестицій оцінюється за допомогою порівняння суми планового прибутку й терміну окупності проекту з розміром початкової інвестиції. Для точного зіставлення цих показників проводиться диференційоване по кожному етапу реалізації проекту приведення до справжньої вартості суми грошового потоку та інвестиційного капіталу.

Одним з основних методів оцінки ефективності інвестицій є метод визначення періоду окупності інвестицій. Період окупності являє собою проміжок часу, в межах якого в процесі реалізації інвестованого проекту повністю повертається первісний інвестиційний капітал. Після повернення початкового капіталу проект починає приносити реальний прибуток. Метод визначення періоду окупності є найпоширенішим, саме цей метод більшість інвесторів використовують для оцінки ефективності інвестицій, оскільки він є простим в розрахунках. Однак, є й деякі недоліки, які слід враховувати якщо інвестор обрав саме цей метод.

Метод розрахунку коефіцієнта ефективності інвестицій є також досить простим, але для нього характерні дві особливі риси: метод не передбачає дисконтування доходу; дохід характеризується показником чистого прибутку. Обираючи цей метод слід враховувати те, що він не враховує часову складову грошових потоків, що й є його головним недоліком.

В основі методу розрахунку простої норми прибутку покладено норми аналізу господарської діяльності. Недоліком цього методу є те, що він не відбиває реальну прибутковість підприємства.

Відмінним від попереднього методу є метод розрахунку індексу рентабельності інвестицій, оскільки індекс рентабельності є відносним показником. Даний метод є дуже зручним, при виборі одного проекту з альтернативних.

Метод розрахунку рентабельності інвестицій полягає в тому, що норма рентабельності інвестицій показує максимально можливий рівень витрат, які можуть виникнути в процесі реалізації цього проекту.

Ще одним методом оцінки ефективності інвестицій є метод розрахунку чистого дисконтованого доходу. Основою даного методу є співставлення величини первісної інвестиції загальною сумою дисконтованих чистих грошових надходжень, що створюються нею протягом прогнозованого періоду.

Проаналізувавши методи оцінювання ефективності інвестицій можна зробити висновок, що головним недоліком більшості з них є те, що вони не показують різницю між проектами з однаковою сумою кумулятивних доходів та різним розподіленням їх за роками проекту. Цей недолік можна усунути, ввівши деякі поправки в процеси розрахунку. Таким чином ввівши інновації в методи оцінювання ефективності інвестицій. На мою думку, для визначення різниці між такими проектами необхідно провести розрахунок на тривалішу перспективу. Враховуючи термін окупності потрібно визначити прибуток за цей період, та розрахувати його на термін, який буде дорівнювати двом періодам окупності. Таким чином можна визначити чи буде підприємство прибутковим і надалі, чи воно збанкрутує вже через декілька років після повернення початкових інвестицій. Такий підхід особливо вигідний для інвесторів, оскільки їх вкладення повернуться з більшими відсотками по їх частині майна.

Оскільки в останній час інновацій в оцінювання ефективності інвестицій не було, нами було запропоновано шлях оцінки результатів діяльності підприємства, що в майбутньому допоможе принести більший прибуток інвесторам. В роботі було підкреслено значення вибору методу оцінки ефективності інвестицій, що ще раз доводить що головне в процесі інвестування – ретельний відбір проекту, в який вкладатимуться гроші та активи.

**Науковий керівник: к.е.н., доцент Вовк О. М.**

**Апполонова О.І., студентка  
Національний авіаційний університет**

### **СКІЛЬКИ КОШТУЄ БРЕНД?**

Сьогодні кожна компанія ставить завдання стати відомою на ринку, чіпляючись за слово – «бренд». Проте, що ж таке бренд, скільки він коштує та як відображається в обліку?

Бренд або торгова марка – гарантія впізнаваності компанії на ринку, показник її статусу та успішності. По суті бренд - це позначення за яким відрізняють одну компанію від іншої. Коли люди вибирають товарні пропозиції однієї компанії протягом тривалого періоду, обираючи бренд, якому довірять. Наскільки добре компанії презентують свій бренд, визначає кінцеву цінність та успіх бізнесу, переглядаючи брендинг не як витрати, а як

інвестиції, що забезпечують додаткову вартість у довгостроковій перспективі.

У бухгалтерському обліку об'єктом виступає право власності на ТМ. Відповідно до п. 5 П(с)БО 8 права на ТМ (знаки для товарів і послуг) належать до об'єктів нематеріальних активів. Але якщо йдеться про створення ТМ (товарних знаків) власними силами, то такі витрати не визнаються нематеріальними активами, а відображаються у складі витрат відповідного звітного періоду.

Такий підхід пояснюється тим, що на етапі створення торговельної марки підприємство самостійно не має можливості достовірно оцінити її вартість, а достовірна оцінка вартості – один з важливих критеріїв визнання активу. В обліку операції з надходження ТМ як об'єктів нематеріальних активів можуть бути відображені як операції купівлі, дарування, обміну на подібні або неподібні активи. Права на товарні знаки відображаються в бухгалтерському обліку за вартістю, що складається з суми витрат на їх придбання, виготовлення і доведення до стану, в якому вони придатні до використання в запланованих цілях.

Загальна нематеріальна вартість бренду на балансах компаній, що належать до 100 кращих у світі брендів, складає понад 1 трильйон доларів, для порівняння в 2017 році вартість бренду в Україні становила \$68 млрд. Це стосується створення нематеріальної цінності бренду у будь-якій компанії чи організації, тобто розбудовує потужність, що дозволяє диференціювати свій бренд з настільки чіткою конкурентною цінністю, що вибір бренда над іншими є легким вибором.

У сучасному суспільстві, дещо загрозливому та неадаптованому, створення відомого бренду - ключ до успіху бізнесу. Без довіри клієнтів та автентичність, ваша компанія ризикує стати однією із мільйонів подібних.

**Науковий керівник: к.е.н., доцент Мокринська З.В.**

**Богославець Г.О., студентка  
Національний авіаційний університет**

## **СУЧАСНІ МЕТОДИ ЗАОЩАДЖЕННЯ ТА ПРИМНОЖЕННЯ КОШТІВ**

У наш час багато банківських установ надають великий спектр різних послуг. Такі як, відкриття клієнту розрахункового (поточного) рахунку; видача чекових книжок; аваль простих і перевірених векселів; зберігання в банку цінностей; попередня підготовка готівки і забезпечення їх доставки клієнту; видача кредиту; відкриття депозитних рахунків для юридичних та фізичних осіб; покупка і продаж цінних паперів фондовій біржі за дорученням довірителя; спостереження за курсом цінних паперів; операції з цінними паперами населення, включаючи управління їх використанням;

консультаційні послуги з організації випуску акцій, облігацій, розвитку цінних паперів та інших.

Важко уявити людину, яка б не користувалась послугами банку або не здійснювала розрахункових операцій. Ось наприклад, заробітна плата, тепер не потрібно як раніше стояти у величезних чергах, щоб отримати гроші, нам тільки треба мати картку і неподалік банкомат, щоб отримати потрібну суму нам грошей. Також майже у всіх магазинах є термінали за допомогою яких можна розрахуватися карткою. Або у вас є зайві гроші працювали на вас. «Яким чином?», - дуже просто можна покласти їх на депозитні рахунки у банку і отримувати проценти. І це не один приклад можна навести їх дуже багато.

І саме про те як можна покращити і зробити своє життя краще за допомогою банківських послуг піде мова.

Депозитними грошима є перехід від традиційних форм безготівкових платежів до системи розрахунків за допомогою комп'ютерної системи – «електронних грошей». Електронні гроші дають змогу переказувати кошти та реєструвати інформацію про ці перекази без паперовим способом існує декілька каналів використання електронних грошей автоматизована розрахункова плата, система автоматизованого касира, система терміналів.

Впровадження електронних грошей означає процес революції грошової системи, появу істотно нової форми грошей, яка вирішує суперечності попередньої форми грошей (кредитно-паперових), значне послаблення фінансового панування розвинутих країн світу, особливо міжнародних фінансово-кредитних організацій над іншими державами світу, в тому числі Україною, посилення ролі держави у фінансово-кредитній сфері (зокрема у створенні єдиної національної програми електронізації грошової форми). Цей етап у розвитку грошей деякі західні економісти називають «безгрошовим суспільством».

Банківські вклади у золоті є найбільш надійними і комфортним фінансовим інструментом. Сучасні фінансисти активно розвивають цей напрям пропонуючи населенню широкий спектр депозитних програм. І якщо наприкінці минулого століття більшість «золотих» вкладників були представниками ділових кіл, то у наш час посилюються інтерес до таких депозитів з боку простих українців. Про це свідчать, насамперед, зростаючі обсяги продажів благородного металу вітчизняними банками.

Отже, у сукасному суспільстві напевно немає такої людини, яка б не хотіла покращити і зробити своє життя простіше. І саме банки та їх сучасні методи нам дають таку змогу.

**Науковий керівник: асистент Ковтуненко В.М.**

**ЄДИНИЙ СОЦІАЛЬНИЙ ВНЕСОК  
ДЛЯ ПІДПРИЄМЦІВ: НОВАЦІЇ 2018 РОКУ**

Приватні підприємці є платниками ЄСВ (абз. 3, 4 п. 1 ч. 1 ст. 4 Закону України «Про збір та облік єдиного внеску на загальнообов'язкове державне соціальне страхування» від 08.07.2018 р. № 2464-IV; далі - Закон про ЄСВ). За нормативно-законодавчою базою 2017 року єдинникам I групи дозволяли сплачувати ЄСВ у розмірі 352 грн. (половину мінімального страхового внеску). Але з 01.01.2018 року така 50-відсоткова пільга сплати ЄСВ для ФОП була скасована. Таким чином, сплатити мінімальний страховий внесок ФОП зобов'язаний незалежно від того, чи отримував він дохід у податковому періоді, і чи провадив узагалі підприємницьку діяльність. Згідно п. 5 ч. 1 ст. 1 Закону про ЄСВ розрахунок мінімального страхового внеску прив'язаний до розміру мінімальної заробітної плати. Отже, сума страхового внеску до сплати (в розрахунку на місяць) у 2018 році не може бути нижчою за розмір мінімального страхового внеску - 819,06 грн. (3723 грн. x 22%). Це правило стосується всіх ФОП незалежно від обраної системи оподаткування і ділової активності. ФОП на спрощеній системі мають право самостійно визначати базу для нарахування страхового внеску, однак вона не може перевищувати максимальної величини бази нарахування ЄСВ - 55845 грн. (3723 грн. x 15).

Платники ЄСВ, які застосовують загальну систему оподаткування, як і раніше, нараховують його на суму доходу (прибутку), отриманого від їх діяльності, що підлягає оподаткуванню ПДФО. Право самостійно визначати базу нарахування ЄСВ загальносистемники матимуть, якщо в них не буде доходу за відповідний квартал (місяць кварталу). Як і спрощенці, під час розрахунку ЄСВ вони зважатимуть на нижню і верхню межу страхового внеску. Раніше ЄСВ сплачували щокварталу лише спрощенці. ФОП на загальній системі оподаткування остаточно сплачували ЄСВ до 10 лютого наступного за звітним року. Але, із 1 січня 2018 року і спрощенці, і загальносистемники сплачують ЄСВ поквартально. Як і раніше, у 2018 році ЄСВ не сплачуватимуть підприємці, які отримують пенсію за віком, та особи з інвалідністю (ч. 4 ст. 4 Закону про ЄСВ). Нове не сплачуватимуть ЄСВ особи, які досягли віку, встановленого статтею 26 Закону України «Про загальнообов'язкове державне пенсійне страхування» від 09.07.2003 р. № 1058-IV, і отримують пенсію або соціальну допомогу. При цьому не потрібно окремо повідомляти податківців про набуття відповідного статусу пенсіонера чи особи з інвалідністю. Якщо ж підприємець є особою з інвалідністю й отримує соціальну допомогу від Фонду соцстрахування або Управління праці та соціального захисту населення, то встановлення інвалідності підтверджує

довідка до акта огляду в МСЕК про встановлення групи інвалідності. Таку довідку подають до ДФС за місцем реєстрації підприємця (ЗІР, під категорія 301.04.02). ФОП, який має найманих працівників, окрім страхового внеску «за себе», нараховує і сплачує ЄСВ як роботодавець за своїх працівників. Базою нарахування у цьому випадку є сума нарахованої кожній застрахованій особі заробітної плати за видами виплат, які включають основну і додаткову заробітну плату, інші заохочувальні та компенсаційні виплати або суми винагород фізичним особам за цивільно-правовими договорами (абз. 1 п. 1 ч. 1 ст. 7 Закону про ЄСВ).

**Бондарчук Ю.С., студентка  
Національний авіаційний університет**

### **ПОКАЗНИКИ РІВНЯ ІННОВАЦІЙНОСТІ ПІДПРИЄМСТВА**

Інноваційність підприємства є одним з основних факторів забезпечення конкурентоспроможності підприємства на ринку. У зв'язку з цим виникає потреба в її кількісній оцінці, що дасть можливість обґрунтування прийняття управлінських рішень, а також здійснювати моніторинг поточної ситуації в області інноваційної діяльності досліджуваного підприємства.

Дослідження існуючих підходів дозволило зробити висновок про відсутність єдиного підходу до оцінки ступеню інноваційності підприємства. Для її оцінки використовують як системи окремих показників, так й узагальнюючі показники, що містять показники основних аспектів інноваційної діяльності, що здійснюється на підприємстві. До основних з них відносять наступні: частка в прибутку від реалізації нової продукції, витрати на модернізацію і технологічне устаткування у відсотках до вартості основних фондів, витрати на дослідження і розробки, включаючи покупку ліцензій і патентів у % до валового прибутку, частка співробітників зайнятих в інноваційній діяльності до середньоспискового числа співробітників і ряд інших.

У вітчизняній практиці найчастіше використовується групування показників інноваційної діяльності підприємства на чотири групи: витратні; за часом; оновлення; структурні.

Найчастіше використовуються показники, що відбивають питомі витрати підприємства на НДДКР в обсязі продажів і чисельність науково-технічних підрозділів. Широко використовується показник інноваційності ТАТ, під яким розуміють час з моменту усвідомлення потреби або попиту на новий продукт до моменту його відправлення на ринок або споживачеві у великих кількостях. Рідше використовуються структурні показники, що показують кількість і характер інноваційних підрозділів. Такі показники звичайно присутні в спеціальних аналітичних оглядах.

У зв'язку з відсутністю єдиного підходу виникає потреба розробки узагальнюючого показника, що буде відображати рівень інноваційності того або іншого підприємства, з урахуванням особливостей досліджуваної галузі.

**Науковий керівник: к.е.н., доцент Вовк О.М.**

**Борисенко Ю.С., студентка  
Національний авіаційний університет**

## **ПРОБЛЕМА РОЗВИТКУ АВІАЦІЙНОЇ ГАЛУЗІ В УКРАЇНІ**

Авіаційна галузь активно розвивається. Вона відіграє важливу роль у перевезенні пасажирів, пошти, вантажу, забезпечує стабільні міжнародні відносини з іншими країнами. У наш час зростає попит на швидке та зручне пересування. Україна має багато можливостей в авіаційній галузі. Активно розвиваються регулярні польоти між Україною та іншими країнами світу. Кількість відправлених та прийнятих літаків склала 120,5 тис. од. При тому, що у 2016 році цей показник становив 98,6 тис. од.

Доходи від діяльності авіаційної галузі в Україні по даним державної статистичної служби за 2016 рік збільшилась на 31,1% порівняно з 2015 роком. «Золотим стандартом» по кількості перевезених пасажирів вважається 2011 рік, коли кількість зросла на 8,11% перевезених пасажирів, а 2016 рік перевищив цей показник на 2,1%. З урахуванням того, що у 2014 році країна втратила два великих аеропорти: Донецький та Сімферопольський.

У 2017 році на авіаційному ринку почали з'являтися нові компанії. За цей період було виконано 79,5 тис комерційних рейсів на суму 21,6 млрд.грн. При тому, що в 2013 році 40 авіакомпаній України здійснили 96 тис.рейсів, а у 2016 році цей показник становив 59 тис рейсів. Показники пасажирських перевезень у 2017 році також зросли у порівнянні з попереднім роком.

Потік пасажирів за 2016 рік між містами зріс на 29,5%, що становило 797,9 тис. осіб. Переліт між містами, у даний момент, здійснюють 4 авіакомпанії: МАУ, "Днепрavia", "Браво" и "Мотор Сич".

Але причиною низького попиту залишається висока ціна квитка за переліт. Наприклад, рейс Київ – Одеса коштує, приблизно, 1200 грн, у той момент коли потягом можна доїхати за 150 грн. Висока ціна квитка пов'язана з тим, що боїнги та аеробуси, які знаходяться у розпорядженні авіакомпаній України - застарілі. Українські літальні пристрої потребують повної заміни або часткової модифікації. Зараз середній вік українських літаків становить 18,2 роки, що перевищує допустимий термін експлуатації.

Також на ціну квитка впливає ціна пального, вона складає, приблизно, 30 % собівартості рейсу, також у ціну входять бортові збори та збори на аеронавігацію. Вартість цих складових фіксується у доларах, тому постійно коливається, залежно від курсу.



Україна здатна створювати літаки самостійно, але через дефіцит коштів, у минулому році ми виготовили лише один літак. При цьому з усіх деталей, українським було лише крило, всі інші деталі були завезені з-за кордону. Галузь літакобудування спроможна приносити Україні значні прибутки. Україна зараз несе втрати, не тільки економічні, але й іміджеві. Це відбувається через те, що влада не має певної стратегії розвитку авіації. Все це призводить до занепаду цілої авіаційної галузі. Але потенціал літакобудівної галузі складається не тільки з створення літальних пристроїв, але й з кваліфікованих кадрів та розвиненої наукової бази.

В Україні є закон «Про державну підтримку літакобудівної промисловості в Україні», але він не діє, оскільки існує багато актів, які заперечують цей закон. Головною метою держави має бути створення оптимальних умов для розвитку та існування авіації у країні.

Проблемою для іноземних інвесторів залишається недосконалість законів та незахищеність фінансових інтересів в нашій країні. Через економічну ситуацію в Україні відбувається нецільове та неефективне використання ресурсів в авіа-космічній галузі.

Для того, щоб покращити стан авіації в Україні потрібно: зменшити податок на перевезення пасажирів територією країни; залишити об'єкти стратегічної важливості у власності держави; забезпечити оптимальні умови для розвитку авіації в нашій країні. Тільки після вирішення вказаних вище проблем, Україна може створити серйозну конкуренцію закордонним компаніям та займе лідируючу позицію в світі.

**Науковий керівник: д.е.н., професор Касьянова Н.В.**

**Бриль І.В., к.е.н., с.н.с.**

**Інститут економіки промисловості НАН України**

## **ВИЗНАЧЕННЯ ОСОБЛИВОСТЕЙ ЕКОНОМІЧНОЇ ДОДАНОЇ ВАРТОСТІ**

Теоретичні аспекти доданої вартості знайшло висвітлення у роботах відомих світових та вітчизняних дослідників: А. Сміта, Д. Рікардо, К. Маркса та інших (класична концепція доданої вартості); Ж.Б. Сея, Дж. Б. Кларка (концепція факторів виробництва); М. Портера (концепція ланцюга вартостей), Р. Булиги, П. Кохна, Л. Едвінсона, М. Мелоуна, Т. Стюарта та інших (концепція інтелектуального капіталу).

Значний внесок у розвиток ідеї концепції управління вартістю компанії був внесений Беннет Стюартом (G. BennettStewart). Результатом цих досліджень стала книга «Thequestforvalue: a guideforseniormanagers», опублікована видавництвом HarperBusiness в 1990р. У ній освітлені активне впровадження, реалізація концепції та результати діяльності консалтингової компанії SternStewart&Co, заснованої Стюартом у 80-х рр., що має

zareєстровану торгову марка EVA (Economic Value Added).

Економічна додана вартість є відносно новим показником, який використовується для вимірювання результатів діяльності та оцінювання вартості групи підприємств. У дослідженнях, проведених і оприлюднених компанією “SternStewart”, було зазначено: “Економічна додана вартість – це єдиний показник, який використовується для того, щоб відстежити повністю весь процес створення вартості бізнесу. Економічна додана вартість – це не стратегія, а спосіб, за допомогою якого ми вимірюємо результати. Існує велика кількість факторів вартості, якими необхідно управляти. Але існує лише один показник, за допомогою якого можна продемонструвати досягнутий успіх. Організації потрібен єдиний всеохоплюючий показник, який дозволяє оцінити результати діяльності підприємства і допомагає менеджерам збалансувати протиріччя, які виникають у стратегічних цілях. Таким показником є економічна додана вартість”.

Показник EVA є оцінкою справжнього річного прибутку бізнесу, і він різко відрізняється від бухгалтерського прибутку, оскільки при розрахунку показника EVA вираховується вартість власного капіталу. Іншими факторами відмінностей є можливі поправки на амортизацію, витрати на дослідження і розробки, оцінку запасів та інше. EVA представляє залишковий прибуток, що залишається після вирахування вартості всього капіталу (у т.ч. власного), тоді як бухгалтерський прибуток визначається без вирахування вартості власного капіталу.

Сутність EVA відображає якість управлінських рішень. Постійна позитивна величина показника EVA свідчить про збільшення вартості компанії, тоді як негативна – про її зниження. В основі даних розрахунків закладений принцип перевищення операційного прибутку над вартістю капіталу.

**Василенко В.В., студентка  
Національний авіаційний університет**

## **СИСТЕМА КОРПОРАТИВНОГО УПРАВЛІННЯ В БАНКУ**

Структурне відновлення ринку банківських послуг вимагає наявності в банках чіткої і цілісної системи корпоративного управління, послідовного визначення банками стратегічних цілей та завдань, урахування інтересів широкого кола зацікавлених осіб. Беручи до уваги різноманітність бізнесу, системи корпоративного управління також можуть мати різну форму, оскільки нормативно-правове регулювання тієї чи іншої сфери діяльності може напряму впливати на управління компанією.

До системи корпоративного управління входять: загальні збори акціонерів, вони є найвищим органом управління та дають можливість акціонерам реалізувати їхні права; спостережна рада, що в свою чергу,

забезпечує захист прав акціонерів, контролює і регулює діяльність правління; правління – виконавчий орган, який забезпечує та здійснює операційну діяльність за основними напрямками розвитку банку; ревізійна комісія – її діяльність передбачає контроль фінансової та господарської діяльності банку та надання, в подальшому, загальним зборам акціонерів, звітів про виконану роботу.

Рейтингове агентство здійснює оцінку рівня корпоративного управління шляхом дослідження окремих складових системи корпоративного управління. До них відносять : структуру власності компанії, права власників та інших зацікавлених осіб, механізми управління й контролю, рівень розкриття інформації, аудит.

Корпоративне управління визначає, як акціонери банку здійснюють контроль над діяльністю керівництва банку, а також яку відповідальність несуть керівники банку перед акціонерами банку за результати його діяльності. Для успішного функціонування банківського сектору важливим є, щоб корпоративне управління дотримувалось основ принципу стримань і противаг.

Тому можна з упевненістю сказати, що основні проблеми корпоративного управління в банках пов'язані з кризою ліквідності, недостатньою довірою клієнтів, а також непрозорістю процесу рефінансування банків. Важливим кроком при вирішенні цих проблем буде взяття за основу практики провідних європейських організацій.

Отже, розвиток корпоративного управління в банках напряму залежатиме від зацікавленості банків в інвестиціях, політики НБУ в сфері корпоративних відносин та впливу ринку цінних паперів.

**Науковий керівник: д.е.н., доцент, професор Пілецька С.Т.**

**Вірянська О.В., студентка  
Національний авіаційний університет**

### **ІНВЕСТИЦІЙНА ПРИВАБЛИВІСТЬ**

Для розвитку будь-якої організації необхідний капітал із зовнішніх джерел. Інвестори зацікавлені в отриманні прибутку і в його примноженні, а щоб уникнути втрат вони оцінюють ефективність вкладення інвестицій в існуючий проект.

Інвестиційна привабливість – це набір фінансово-економічних показників які визначають оцінку зовнішнього середовища, рівень позиціонування на ринку та потенціал отриманого в кінці результату.

На цей показник впливає велика кількість чинників, одним з них є інвестиційна привабливість галузі. Дати максимально точне визначення цьому поняттю не можна, тому що в кожній сфері є набір властивостей,

необхідних для визначення оцінки привабливості. В основному це поняття направлене на те, щоб інвестор зміг оцінити наскільки вигідно вкладати капітал в проект.

Відомі економісти вважають, що інвестиційна політика підприємства на прикладі інших компаній повинна формуватися і коригуватися. Такий підхід дозволяє правильно вибрати потрібні інвестиції для ефективного впровадження проекту в реальність, але при цьому процес повинен забезпечувати достатнього рівня дохід, який буде прийнятний для всіх сторін.

Інвестиційна привабливість підприємства – це сукупність характеристик які в сумі показують, наскільки ефективно буде вкладати кошти в подальший розвиток підприємства. Переважним показником є фактор отримання стабільного доходу протягом тривалого періоду.

На сьогодні багато фірм знаходяться в жорсткій конкуренції за отримання додаткового капіталу для розвитку майбутнього проекту. В основному вкладають гроші в проект, який ретельно розроблений і де інвестор чітко може побачити повну картину доходів. Тому варто розробити звіт з фінансовими показниками, де будуть враховані всі нюанси.

Оцінка інвестиційної привабливості підприємства здійснюється шляхом розрахунку господарського стану підприємства та використовує фінансові показники. До складу цих показників входять: ліквідність, майновий стан, ділова активність, фінансова залежність, рентабельність..

Варто пам'ятати, що оцінка інвестиційної привабливості включає показники забезпеченості ресурсами, рентабельність продукції, чисельність персоналу, рівень завантаження виробничих потужностей, знос основних засобів, наявність основних і виробничих фондів тощо. Важливим критерієм у прийнятті інвестиційного рішення є факт ризику і його наслідки. Для розрахунку цього показника, необхідно визначити, до якої категорії відноситься ризик. Ризики діляться на наступні: зниження доходу, зміни політики ціноутворення, зміни кон'юнктури ринку, непотрібних потужностей підприємства, підвищення рівня конкуренції, втрата ліквідності, невиконання зобов'язань та інше.

**Науковий керівник: д.е.н., доцент, професор Пілецька С.Т.**

**Гайдаржийська О.М., к.е.н., доцент  
Національний авіаційний університет**

## **ДОСЛІДЖЕННЯ РЕСУРСНОЇ ПОЛІТИКИ КОМЕРЦІЙНОГО БАНКУ**

Важливою основою діяльності банків є формування ресурсної бази, оскільки для здійснення комерційної та господарської діяльності банки повинні мати у своєму розпорядженні певну суму грошових коштів, тобто

ресурсів. На сьогодні не існує однозначного визначення поняття «ресурси банку». Чимало вітчизняних та зарубіжних вчених у своїх дослідженнях дотримуються традиційної точки зору щодо сутності цієї категорії, вважаючи ресурси комерційного банку власними коштами банку. Однак, одним з найпоширеніших визначень ресурсів комерційного банку є наступне: банківські ресурси – це сукупність грошових коштів, які знаходяться у розпорядженні банку і використовуються ним для здійснення кредитних, інвестиційних та інших активних операцій. Банківські ресурси з точки зору джерел утворення поділяються на дві великі групи: власні ресурси банку і зобов'язання.

В сучасних умовах формування банківських ресурсів відбувається під впливом багатьох факторів, як внутрішніх так і зовнішніх. До внутрішніх факторів можна віднести такі як: фактичний розмір капіталу; імідж банку на ринку депозитних внесків і поточних рахунків; ефективність маркетингової, конкурентної політики банку; кваліфікація персоналу, у тому числі культура обслуговування клієнтів; технології, що використовуються банком, та їх відповідність потребам наявних і потенційних клієнтів; широта послуг, що надаються клієнтам у процесі обслуговування їх поточних, депозитних й інших рахунків; фінансові можливості щодо оплати залучених коштів; ефективність розміщення залучених коштів; цінова політика банку; маркетингова стратегія банку; стабільність клієнтської бази банку; стратегія реструктуризації банку, взагалі та фінансової реструктуризації, зокрема. Більшість вчених дотримуються думки, що найвпливовішими зовнішніми факторами є: облікова ставка Національного банку України; норматив обов'язкового резервування; конкуренція банків; податкове законодавство; економічні нормативи діяльності банків; система гарантування вкладів; стан і тенденції розвитку фінансового ринку; збільшення доходів населення. Від ефективності ресурсної політики банку залежить його стійкість та спроможність генерувати капітал з метою розширеного відтворення економіки країни. Внутрішня проблема нестачі фінансових ресурсів українських банків пояснюється їх неефективним управлінням, що ускладнюється цілою низкою зовнішніх факторів на рівні держави.

Узагальнюючи вищезазначене, можна стверджувати, що проблема формування ресурсного потенціалу і розробка депозитної політики банку, що передбачає поступову зміну структури джерел залучення коштів, має першочергове значення і є складовою частиною гнучкого банківського менеджменту. Депозитна політика банку ґрунтується на дослідженні досягнутого рівня розвитку депозитних відносин банку з клієнтами і націлена на їх вдосконалення та розвиток. Таким чином, слід зазначити, що дослідження депозитного портфелю як інструменту ресурсної політики банку є не лише актуальними, а і потребують подальшого вивчення.

## **ПРОБЛЕМИ МАЛОГО ТА СЕРЕДНЬОГО БІЗНЕСУ В УКРАЇНІ ТА ШЛЯХИ ЇХ ВИРІШЕННЯ**

Малий та середній бізнес в Україні зустрічає багато перешкод на шляху свого становлення та розвитку. Лише близько 35% населення працездатного віку займається малим та середнім бізнесом, а його внесок у ВВП становить 9-9,5%. У той час як значення малого та середнього підприємства в країнах ЄС становить 50-67%. За дослідженням «DOING BUSINESS-2018» Україна посіла 76 місце у рейтингу легкості ведення бізнесу, піднявшись з 80-го. Для порівняння з іншими пострадянськими країнами Молдова займає 44, Білорусь – 38, Росія – 35, Грузія – 9. Тому питання, яке розглядається, є досить актуальним.

Приватні підприємці стикаються з багатьма бар'єрами, що існують у законодавстві, податковій системі та інших аспектах бізнесу.

Перша проблема – це вплив органів, що контролюють український бізнес. Податкова система, митниця та інші контрольні органи все більше ускладнюють справу. Внутрішні та іноземні підприємці часто стикаються з такими проблемами, як черги на митниці, бюрократія, що призводить до великих втрат. Податковий кодекс України, який набрав чинності з 1 січня 2011 року, надав більший тиск на малі підприємства, крім серії нововведень, які зменшили можливість співпраці між малими та великими підприємствами.

Друга проблема – корупція. Україна посіла останнє, 44 місце в Європі, і 150 місце серед 186 країн світу в рейтингу економічної свободи американського аналітичного центру Heritage Foundation. Сума хабарів може перевищувати початковий капітал, що спричиняє крах бізнесу або навіть не дозволяє встановити його. У результаті в Україні малі та середні підприємства зводяться до мінімуму.

Іншою проблемою для українського бізнесу є активне державне регулювання підприємницької діяльності. Успіх бізнесу залежить від відносин з урядом, який є незаконним у європейських країнах.

В Україні спостерігається високий рівень рейдерських атак. Атаки на підприємства зростають, а відсутність ефективного механізму захисту сповільнює розвиток бізнесу. У національному законодавстві не згадується ні боротьба проти цього явища, ні сам феномен. Український уряд не бажає усунути прогалини у законодавстві, а боротьба з корупцією не є достатньою ефективною. Таким чином в Україні існують умови для рейдерського захоплення. Крім того власники компаній та топ-менеджери ігнорують безпеку бізнесу своїх підприємств.

Підприємці малого бізнесу рідко беруть початковий капітал у банках, оскільки процентні ставки занадто високі. У свою чергу, банкірам важко

оцінити платоспроможність клієнтів, особливо коли вони надають кредити для початківців. Банки вимагають від власників бізнесу стабільної платоспроможності, хороших продажів та високої рентабельності, і, до того ж, ключовою умовою кредитування є обґрунтований бізнес-план та акумульовані резерви.

Отже, можна стверджувати, що всі ці описані проблеми й загрози не є новими для нашої країни. Україна є найнижчою у рейтингах розвитку бізнесу у світі. Головними проблемами є непослідовність державної економічної політики, законодавство, система оподаткування. Таким чином, розвиток як малого, так і великого бізнесу уповільнює високий рівень корупції та правові перепони.

Шляхи вирішення описаних проблем, на нашу думку, є:

- створити спеціальні об'єднання, з питань регулювання і підтримки малого та середнього бізнесу;

- внести зміни до законодавчих актів та спростити процес створення підприємств через зменшення кількості дозволів необхідних для відкриття фірми;

- розробити державну програму, що має на меті надання субвенцій або запровадити пільгові умови кредитування;

- вдосконалити систему ліцензування та патентування для підприємств;
- впроваджувати більш жорсткі реформи для подолання корупції.

**Науковий керівник: к.е.н., доцент Вовк О.М.**

**Гончарова Н.С., студентка  
Національний авіаційний університет**

## **МЕТОДИЧНЕ ЗАБЕЗПЕЧЕННЯ УПРАВЛІННЯ КОРПОРАТИВНОЮ БЕЗПЕКОЮ ПІДПРИЄМСТВА**

Корпоративний сектор економіки в Україні функціонує в умовах значної кількості негативних чинників, що по-різному впливають на окремо взятую корпорацію, внаслідок чого можуть спричинити втрати. Особливо на зменшення прибутку підприємства (з імовірністю від 10 до 40%) впливають недобросовісна конкуренція і протиправні дії кримінальних структур.

Поняття «корпоративна безпека» полягає в забезпеченні стану стабільної життєдіяльності підприємства, при якому забезпечується реалізація основних інтересів, захист фірми від внутрішніх і зовнішніх погроз і факторів, що можуть дестабілізувати процес виробництва.

Зовнішня безпека пов'язана з: ринковими факторами; надзвичайними ситуаціями природного, техногенного та соціального характеру; політико-правовими факторами.

Також одним із видів зовнішніх загроз економічній безпеці є промислове

шпигунство – сфера таємної діяльності збору, аналізу і використання особливо цінної економічної і технічної та комерційної інформації, яка охоплює всі сфери ринкової економіки. Ціль економічної розвідки – забезпечення конкурентної переваги для досягнення успіху в ринковій економіці.

Важливою є інформаційна безпека, різновидами якої, на підставі Закону України "Про інформацію", є комерційна, економічна таємниця та інтелектуальна власність.

Внутрішні загрози пов'язані з: недодержанням правил безпеки, недбалістю персоналу; ненадійністю та недосконалістю обладнання, технологічних процесів; протиправними діями працівників підприємства; незадовільною організацією роботи підприємства та недостатньою кваліфікацією персоналу.

З метою забезпечення корпоративної безпеки на кожному підприємстві створюється структурний елемент - Служба безпеки. Служба безпеки повинна стежити за порядком, не допускати скандалів і загострень конфліктів. Служба економічної безпеки є найважливішим елементом комплексної системи економічної безпеки суб'єкта підприємництва. Якщо підприємство невелике, доцільніше не створювати власну службу безпеки, а використовувати послуги відповідних охоронних агентств. У тому ж випадку якщо підприємство велике і використовує у своїй діяльності значні масиви конфіденційної інформації, то необхідне створення своєї служби безпеки. Підрозділ служби безпеки підпорядковується безпосередньо керівнику фірми.

Авіапідприємства для визначення рівня корпоративної безпеки здійснюють на основі аналізу інтегральної оцінки. Розрахунок інтегрального показника корпоративної стійкості здійснюється на основі трьох коефіцієнтів: концентрації власності, корпоративної активності та корпоративного захисту, їх вагомості.

Корпоративна безпека авіапідприємств оцінюється за таких умов: якщо фактичний інтегральний показник більше одиниці чи дорівнює одиниці, корпоративна стійкість авіапідприємства перебуває на нормальному рівні. Чим більший фактичний інтегральний показник, тим вищий рівень корпоративної стійкості авіапідприємства; якщо інтегральний показник не перевищує одиницю, тоді корпоративна стійкість авіапідприємства перебуває в незадовільному стані.

Отже, корпоративна безпека є предметом занепокоєння для багатьох керівників компаній. На сьогодні немає такої фірми, керівник якої не був би стурбований прийняттям заходів по забезпеченню безпеки і не вимагав звітів по витраті фінансових коштів компанії на ці цілі.

**Науковий керівник: к.е.н., доцент Вовк О.М.**



## **ФАКТОРИ ВПЛИВУ НА ПРОЦЕС УПРАВЛІННЯ ІНВЕСТИЦІЯМИ В РОЗВИТОК АВІАТРАНСПОРТУ**

Організації процесу управління інвестиціями в розвиток авіації притаманні характерні риси пов'язані з особливостями технології виробничого процесу на повітряному транспорті. Значний вплив мають також фактори внутрішнього та зовнішнього середовища, в якому функціонує повітряний транспорт.

До основних характерних рис повітряного транспорту необхідно віднести наступні.

Капіталоємність повітряного транспорту. Більша частина витрат авіапідприємств припадає на капітальні ремонти. Можливості диверсифікації джерел фінансування інвестицій невеликі. Головним джерелом боргового фінансування залишаються банківські кредити.

Вторинний характер попиту на продукцію авіапортової діяльності. Попит на продукцію авіатранспорту залежить від попиту на авіап перевезення. На величину попиту впливає велика кількість непередбачуваних факторів, можливість прогнозування майбутніх доходів обмежена, в зв'язку з чим, авіапідприємства повинні зосередитись на контролі витрат. Основним фактором, який визначає успіх на повітряному ринку, є наявність постійного потоку перевезень.

Високий рівень конкуренції / укрупнення авіакомпаній, які виконують авіап перевезення. Великі авіапідприємства мають більше шансів для підвищення своєї конкурентоспроможності, за рахунок вагомих інвестицій, які необхідні для купівлі нових сучасних літаків. Комерційні банки стримано відносяться до кредитування малих авіапідприємств, даючи їм кредити на менш вигідних умовах. Це приводить до необхідності укрупнення авіап перевізників. Конкурентоспроможність авіакомпаній полягає, перш за все, на величині витрат, а не на розмірах компаній.

Циклічність ринкової кон'юктури. Рівень грошових потоків є найважливішим фактором ефективності діяльності авіакомпаній, особливість їх формування визначається в прямій залежності від коливань цін на авіап перевезення. Циклічний характер кон'юктури цінового ринку приводить до нерівномірної експлуатації грошових потоків при фіксованих, рівномірних виплатах по борговому фінансуванню.

Глобальний характер авіації. Продукція авіаційної галузі, як правило, створюється на глобальній основі. В більшості сегментів цінового ринку виникає концентрація попиту, яка приводить до укрупнення авіакомпаній, створенню різних видів їх об'єднань. З іншого боку, в галузі існують підприємства з різним рівнем використання потенціалу.

Сумісне інвестування розвитку аеропортів є як інструментом податкового планування, так і засобом управління ризиком і підвищення надійності вкладення капіталів. Ще один важливий аспект сумісного інвестування заключається в тому, що забезпечується доступ до міжнародної фінансової системи, до системи євровалютних ринків і євро банківських операцій та інших видів солідарного капіталу. Враховуючи існування в країнах, що розвиваються вагомих політичних і фінансових ризиків, основні світові фінансові структури обирають такі схеми кредитування розвитку авіапідприємств, які відповідають фінансовому стану.

Відносно низький рівень диференціації продукції авіатранспорту. Авіапідприємства можуть надавати послуги, які будуть відрізнятися від продукції конкурентів, в результаті чого вони мають можливість впливати на рівень ринкових цін.

Серед факторів зовнішнього середовища в процесі управління інвестиціями авіакомпаній необхідно враховувати наступні.

Наявність домінуючих авіапідприємств, які мають можливість впливати на ціни авіаперевезень, що може обмежувати об'єми їх робіт.

Державне регулювання авіаційної галузі. Державне регулювання по відношенню до інвестиційноємких транспортних систем обов'язкова і не підлягає сумніву необхідність превентивності формування інвестицій, проте сучасний стан використання накопиченого потенціалу вимагає розробки механізму поточного інвестування у відтворення авіатранспортних систем.

Особливості міжнародного і національного антимонопольного регулювання сфери авіаперевезень / неможливість суттєвого впливу на рівень цін на авіаперевезення зі сторони авіакомпаній. Це пов'язано з міжнародним і національним регулюванням сфери авіаційних перевезень.

До основних внутрішніх факторів які впливають на процес управління інвестиціями авіакомпаній, є наступні.

Використання авіакомпаніями різних економічних та зовнішньоекономічних інвестиційних цілей. Різні види комерційної філософії та стратегічні цілі менеджменту можуть суттєво вплинути на рішення при плануванні поточних інвестицій в розвиток авіапідприємств.

Можливість прийняття оперативних рішень по вибору об'єкта, терміну інвестування та іншим аспектам планування інвестицій. Ринкові цикли мають першочергове значення в русі капіталу, закупівлі літаків, інвестування в періоди неблагополучної кон'юктури. Необґрунтовано висока доля позичкових коштів може привести до зниження грошових потоків авіакомпаній.

## **УПРАВЛІННЯ ПРИБУТКОМ ПІДПРИЄМСТВА: СТРАТЕГІЧНИЙ АСПЕКТ**

Стратегія управління прибутком - це цілеспрямований, систематичний процес підготовки, оцінки, відбору та реалізації альтернативних управлінських рішень зі всіх питань його формування, розподілу та використання на підприємстві, що враховує стратегічні аспекти його діяльності. В процесі управління формуванням прибутку вирішуються дві основні задачі: підвищення загального розміру прибутку в процесі його формування; ефективний розподіл отриманого прибутку за окремими напрямками його використання.

Виділяють такі етапи стратегічного управління прибутком: стратегічне планування, стратегічна організація і стратегічний контроль. На етапі стратегічного планування прибутку визначають цільову суму прибутку відповідно до стратегічних цілей і завдань підприємства з урахуванням його стадії життєвого циклу; здійснюють стратегічний аналіз управління прибутком на засадах моніторингу прибутковості підприємства та обґрунтування планів і програм дій на основі оцінювання стратегічних альтернатив. На етапі стратегічної організації приводять у відповідність з обраною стратегією всі ресурси і внутрішні зв'язки підприємства, його цілі, завдання і сферу відповідальності працівників; здійснюють організаційні зміни на підприємстві та розробляють політику кожного структурного підрозділу. Завершальним етапом стратегічного управління прибутком підприємства є стратегічний контроль за виконанням розроблених заходів.

Розроблення стратегії управління прибутком підприємства здійснюється на основі однієї з базових стратегій з урахуванням періоду його життєвого циклу. Як стратегію управління прибутком на стадії розвитку рекомендовано досягнення беззбитковості діяльності, забезпечення мінімального рівня рентабельності та досягнення цільового прибутку. У періоді стабілізації рекомендовано застосовувати стратегію збереження темпів зростання прибутку з урахуванням інфляції. Розроблення такої стратегії охоплює обґрунтування стійкого рівня прибутковості. Період спаду потребує утримання позицій на ринку. За таких умов за наявності базової стратегії виживання підприємствам рекомендовано застосовувати одну із стратегій управління прибутком: стратегію забезпечення мінімального рівня рентабельності або стратегію досягнення беззбитковості діяльності.

Отже, використання стратегії управління прибутком дасть змогу підприємствам досягти оптимального рівня прибутковості і бути конкурентоспроможними на вітчизняному і зарубіжних ринках.

**Науковий керівник: к.е.н., доцент, Вовк О.М.**

## **СУТТЄВІТЬ ОБЛІКОВОЇ ІНФОРМАЦІЇ ТА ЇЇ ВПЛИВ НА РЕЗУЛЬТАТИ ДІЯЛЬНОСТІ ПІДПРИЄМСТВ**

Об'єктивні умови жорсткої конкуренції, що пов'язані з активним впровадженням ринкових механізмів в управління підприємницькою діяльністю суб'єктів господарювання, вимагають, перш за все, підтримання високої власної конкурентної позиції. За цих обставин значно зростає попит на фінансову інформацію. Саме виняткова роль інформаційного забезпечення в процесах управління спричинює підвищену увагу до бухгалтерської фінансової звітності як основного джерела інформації про майновий та фінансовий стан підприємства, а також результати його виробничо-господарської діяльності за звітний період.

У сучасних умовах, особливо гострою виявляється потреба в наданні достовірної інформації, в якій зацікавлені всі без винятку аграрні підприємства та її користувачі. Більшість помилкових рішень на підприємстві спричинені дефіцитом такої інформації. Володіння суттєвою інформацією може значно знизити ймовірність здійснення помилки, яка в подальшому може вплинути на ефективну діяльність підприємства.

В зв'язку з цим, виникає проблема правильного виявлення та використання облікової інформації, яку не завжди можна охарактеризувати як абсолютно точну.

Підприємства в процесі своєї діяльності щоденно використовують значний обсяг облікової інформації. Згідно з Національним положенням (стандартом) бухгалтерського обліку 1 «Загальні вимоги до фінансової звітності» інформація, яка надається у фінансовій звітності, повинна бути дохідлива і зрозуміла її користувачам за умови, що вони мають достатні знання та зацікавлені у сприйнятті цієї інформації. Тому, для ефективної діяльності будь-якого підприємства та отримання позитивних результатів його діяльності необхідна своєчасна та достовірна інформація.

Необхідність формування суттєвої інформації про результати діяльності на підприємстві безпосередньо пов'язана з переорієнтацією обліку на надання своєчасної, достовірної, повної та неупередженої інформації про фінансовий стан та результати діяльності не тільки зовнішнім, а й внутрішнім користувачам.

Важливу роль у формуванні облікової інформації посідає один із головних принципів бухгалтерського обліку та звітності - принцип обачності, який базується на суттєвості, як характеристиці облікової інформації, що визначає її спроможність впливати на рішення користувачів фінансової

звітності. Тому, однією з характеристик облікової інформації, можемо виділити саме її суттєвість.

В Україні не існує єдиних правил та прийомів визначення рівня суттєвості. Критеріями оцінки суттєвості інформації можуть бути якісні та кількісні її характеристики, які будуть важливими для користувачів даної інформації. Кількісною характеристикою є рівень (поріг) суттєвості, під яким слід розуміти сукупний розмір допустимих викривлень у даних фінансової звітності, який не впливає на якість рішень, що приймаються користувачами. Поріг суттєвості може бути абсолютною чи відносною величиною. Абсолютну величину використовують дуже рідко. Відносна величина встановлюється у відсотковому відношенні до відповідної прийнятої базової величини. При цьому, чим більший кількісний показник рівня суттєвості, тим нижчий встановлений рівень суттєвості і тим більша за розміром сумарна помилка вважається допустимою для даної звітності.

В останній час основна увага надається якісним характеристикам інформації. Основними серед яких є доступність, доцільність та надійність. Серед названих властивостей облікової інформації найсуттєвішими виділимо доцільність та надійність. Так як саме ці властивості мають найвищий ступінь впливу на діяльність підприємства та у разі їх відсутності інформація стає ризикованою.

Таким чином, поняття суттєвості інформації є досить важливим терміном в бухгалтерському обліку, що має значний вплив на результати діяльності будь-якого підприємства. Адже, під час виявлення результатів діяльності, щонайменший недолік може привести до неправильності його розрахунку, та як наслідок надання недостовірної інформації користувачам.

Тому в процесі своєї діяльності підприємства за бажанням можуть самостійно оцінювати розмір суттєвості, щоб запобігти викривленню інформації.

**Дуброва Д.С., студентка  
Національний авіаційний університет**

## **НАПРЯМИ ПІДВИЩЕННЯ ПРИБУТКОВОСТІ АВТОТРАНСПОРТНОГО ПІДПРИЄМСТВА**

Рентабельність підприємства є одним з найголовніших показників, що відображають фінансовий стан підприємства та визначають мету підприємницької діяльності, а також відображає спроможність економічного суб'єкта забезпечити отримання прибутковості від інвестування фінансових та інших видів ресурсів у виробництво та здійснення підприємницької діяльності. Тому пошук методів підвищення рентабельності є актуальним питанням для будь-якого підприємства, в тому числі і автотранспортного.

Для стабілізації фінансового стану автотранспортного підприємства, збільшення запасу його фінансової стійкості і підвищення прибутковості рекомендується впроваджувати на підприємстві наступні заходи: збільшення обсягів наданих послуг, що забезпечують досягнення запланованої суми прибутку; зниження витрат на виробництво та реалізацію послуг; збільшення цін на послуги, що надаються; розширення асортименту і якості транспортних послуг; розвиток маркетингової діяльності на підприємстві; пошук постачальників, які зможуть гарантувати більш низькі ціни на закупівлю паливно-мастильних матеріалів та запчастин; збільшення продуктивності транспортних засобів, машин, механізмів і устаткування; поступова заміна застарілого обладнання сучасним, високопродуктивним і ресурсозабезпечуючим; впровадження заходів щодо підвищення продуктивності праці своїх працівників; добір на роботу більш кваліфікованого персоналу; економія та раціональне використання коштів на оплату праці; проведення оптимальної цінової політики на підприємстві; грамотна побудова договірних відносин з клієнтами; найбільш доцільне розміщення (вкладення) одержаного раніше прибутку з точки зору досягнення оптимального ефекту.

Впровадження зазначених рекомендацій дозволить підвищити рентабельність підприємства, його інвестиційну привабливість, конкурентоспроможність, фінансову стійкість та мати високий рейтинг серед підприємств транспортної галузі.

**Науковий керівник: к.е.н., доцент, Вовк О.М.**

**Жам О.Ю., к.е.н., доцент  
Романченко К.Т., студентка  
Національний авіаційний університет**

### **ФАКТОРИ ВПЛИВУ НА ФОРМУВАННЯ ФІНАНСОВОГО РЕЗУЛЬТАТУ АВІАЦІЙНОГО ПІДПРИЄМСТВА**

В сьогоденнішніх умовах господарювання особливого значення набуває дослідження впливу факторів на формування фінансового результату діяльності авіаційного підприємства.

Існуюча методика розрахунку формування фінансового результату, побудована на стандартизованій базі фінансової звітності форми № 2 та не відображає специфічності дій реальних обставин авіаційного підприємства на розмір доходів та витрат. В законодавчих актах регламентується методика передбачення результатів діяльності визначивши різницю доходів і витрат, в той час, як їх склад регулюється національними положеннями. Тобто, фінансовий результат проявляється у двох напрямках: прибуток або збиток.

Структура фінансових результатів обумовлюється великим колом факторів, які відображають усі аспекти фінансово-господарської діяльності авіаційного підприємства. Саме ціна є провідним фактором формування фінансових результатів. На неї впливають внутрішні (мікроекономічні) та зовнішні (макроекономічні) чинників. Мікроекономічними чинниками ціноутворення є собівартість одиниці продукції та рівень її рентабельності. Для авіапідприємства головним є мінімізація собівартості та покращення рівня рентабельності. Пониження рівня собівартості завжди раціональніше. На собівартість впливають структурні й відповідні техніко-економічні фактори. Структурні фактори відображають складову структуру собівартості: ціну сировини, продуктів, матеріалів; палива та енергії; заробітна плата; вартість утримання й експлуатації обладнання; та інші. До техніко-економічних факторів, відносять: місткість витрат та їх вартість. Місткість визначається обсягом застосуванням сировини, енергії, заробітної плати та інших елементів.

Отже, вплив на формування фінансового результату авіаційного підприємства обумовлюється великим колом факторів, які відображають усі аспекти фінансово-господарської діяльності авіаційного підприємства. Ці фактори неможливо поділити на головні та другорядні, оскільки кожен може забезпечити високий рівень прибутку або спричинити суттєві збитки.

**Задерака Н.М., ст. викладач**  
**Желіба А.А., студентка**  
**Національний авіаційний університет**

## **НЕОБХІДНІСТЬ ДЕРЖАВНОГО РЕГУЛЮВАННЯ РОЗМІЩЕННЯ КОШТІВ СТРАХОВИХ РЕЗЕРВІВ**

Страхові резерви - це певні фонди грошових коштів, що створюються страховиками для забезпечення майбутніх виплат страхових сум і страхових відшкодувань за договорами страхування. У загальному вигляді страхові резерви є певною сумою залучених коштів страхової компанії, і їх обсяги показують зобов'язання страховиків перед страхувальниками. Також страхові резерви є основним джерелом здійснення інвестиційної діяльності страховиків. Проте цей процес жорстко контролюється державою, яка прагне об'єктивно оцінювати ефективність від розпорядження страховими компаніями наданими їм коштами.

Головним регулятором страхової діяльності з боку держави виступає Національна комісія, що здійснює державне регулювання у сфері ринків фінансових послуг (Нацкомфінпослуг).

Відповідно до законодавства України страхові резерви поділяють на дві групи: технічні та резерви зі страхування життя.

Технічні резерви - це певний показник, що показує грошову оцінку зобов'язань страхової компанії перед страхувальниками за видами страхування іншими, ніж страхування життя. Розмір цих резервів повинен бути достатнім для покриття всіх збитків внаслідок настання страхових випадків.

Щодо резервів зі страхування життя, то вони формуються у дві групи: резерви належних виплат страхових сум та резерви довгострокових зобов'язань. Ці резерви не є власністю страховика та мають бути відокремлені від іншого майна страховика.

Оптимальне управління коштами страхових резервів надає можливість страховику бути фінансово стійким та отримувати прибуток. Окрім того, ефективне інвестиційне розміщення страхових резервів: дозволяє підвищити рівень надання страхових послуг, формуючи достатній обсяг фінансових ресурсів для здійснення страхових відшкодувань; впливає на вартість страхового покриття та термін страхових виплат; покращує рівень платоспроможності страхової компанії.

Кошти страхових резервів повинні бути розміщені за принципами ліквідності, безпечності, прибутковості та можуть бути представлені у формі: грошових коштів на розрахункових рахунках, банківських депозитів, акцій та облігацій, державних цінних паперів та деяких інших активів, перелік яких зафіксовано в Законі України «Про страхування». Розміщення страхових резервів повинно здійснюватися в таких активах, щоб страховик міг в будь-який момент часу відповісти за своїми зобов'язаннями перед страхувальниками.

Отже, розміщення коштів страхових резервів є важливим аспектом для страховика, не менш важливим, ніж формування цих резервів. Необхідність державного регулювання розміщення коштів страхових резервів викликана потребою зіставлення інтересів учасників ринку та суспільства, повинна сприяти найбільш ефективному розподілу ресурсів, має оптимізувати організацію фінансів страхових компаній та гарантує забезпечення платоспроможності страховиків.

**Науковий керівник: ст. викладач Задерака Н.М.**

**Пироженко Ю.В., студентка  
Національний авіаційний університет**

## **ПРОБЛЕМИ БАНКІВСЬКОГО КРЕДИТУВАННЯ В УКРАЇНІ**

У часи економічної нестабільності, кризи особливу увагу варто приділяти розвитку банківської системи. Ефективність роботи банків напряму залежить від їх ресурсного забезпечення. Кредитування є активною операцією, що приносить найбільший прибуток корпорації. Також кредит є важливим для



позичальників – це шлях до задоволення власних потреб, швидкого отримання бажаного товару чи послуги.

Дані Національного банку України свідчать про позитивні зрушення в банківській сфері. Протягом 2017 року стан банківського сектору нормалізувався: практично всі головні показники роботи фінансових установ мали позитивну динаміку. Споживче кредитування мало тенденцію до зростання ще на початку року, корпоративне кредитування в національній валюті відновилося, починаючи з липня. У 2017 році значно зросло кредитування громадян України: приріст чистих кредитів у гривні склав 42%. Найкращі темпи спостерігалися в Приватбанку та комерційних банках – понад 60%. Також активізувалося іпотечне кредитування. Це дало змогу всім групам банків покращити якість кредитного портфеля. Ставки за кредитами в національній валюті населенню та бізнесу за рік практично не змінилися. У 2018 році Національний банк України очікує прискорення корпоративного кредитування.

На жаль, поряд з позитивними зрушеннями у банківському кредитуванні України помітно багато істотних проблем, серед яких варто виділити наступні: недовіра населення до українських банків; низька якість кредитного портфелю; незадовільний рівень кредитоспроможності клієнтів; високі відсоткові ставки за кредитами як в національній, так і в іноземній валюті; застарілий спектр банківських операцій; велика частка непрацюючих кредитів; зниження обсягів кредитування; постійне зростання вартості кредитів.

Нестабільна ситуація в державі, девальвація гривні, спад виробництва, високий рівень інфляції, зниження платоспроможності населення, скорочення робочих місць – основні причини вищезазначених проблем.

Однією з найбільших проблем є зростання непрацюючих кредитів. За повідомленням Нацбанку, в січні поточного року частка проблемних (непрацюючих) кредитів в банківській системі збільшилася з 54,54% до 56,6%. Досить високою частка проблемних кредитів залишається в Приватбанку (в січні вона зменшилася з 87,64% до 87,02%). В інших банках з державною часткою цей показник в січні збільшився з 55,75% до 58,98%. В банках іноземних банківських груп частка непрацюючих кредитів збільшилася з 41,01% до 44,69%, а в банках з приватним українським капіталом – з 42,08% до 25,87%. Це можна пояснити тим, що на сьогодні в Україні спостерігається різке скорочення робочих місць (втрата роботи), зниження реальної заробітної плати, значне перевищення витрат населення над його доходами. Важливим є також те, що більшість українців неофіційно мігрують з держави – це є також основною причиною несплати чи прострочення сплати кредитів більше, ніж на 90 днів.

На нашу думку, основними шляхами вирішення зазначених проблем можуть стати: підвищення рівня довіри громадян до банків України; зниження відсоткових ставок за кредитами; удосконалення процесу перевірки інформації про позичальників та їх кредитних історій; проведення

безкоштовних тренінгів, вебінарів і консультацій щодо кредитування; підвищення кваліфікаційного рівня працівників банків; диверсифікація кредитних продуктів; запровадження безкоштовних фінансових консультацій зі спеціалістами ринку задля підвищення фінансової грамотності громадян.

Отже, процес банківського кредитування в Україні супроводжується низкою проблем. Впровадження вищезазначених заходів дасть змогу розвиватися активним операціям банків і фінансово-кредитних установ загалом.

Вирішення основних проблем мінімізує вплив негативних факторів на банківську систему.

**Збаразська Л.О., к.е.н., ст.наук.сп. зав.відділу  
Інститут економіки промисловості НАН України**

### **ЗАВДАННЯ КОРПОРАТИВНИХ ФІНАНСІВ У КОНТЕКСТІ СТАНОВЛЕННЯ СМАРТ-ВИРОБНИЦТВ У ВИСОКОТЕХНОЛОГІЧНИХ ГАЛУЗЯХ ПРОМИСЛОВОСТІ**

Проблемам розвитку високотехнологічних виробництв, як провідному вектору неоіндустріального етапу трансформацій у промисловості, приділяється нині значна увага у більшості країн світу. Актуальним є цей напрямок і для України, яка внаслідок де-факто деіндустріалізації змушена у надто стислі строки зробити революційний прорив до сучасного рівня виробництва, щоб набути й зберегти сталі стратегічні переваги у глобальному конкурентному просторі.

Найліпші вихідні умови для цього, а тому і порівняно кращий потенціал ефективності кардинальних інноваційних перетворень, мають наукоємні високотехнологічні виробництва, які ще збереглися у вітчизняній промисловості (авіабудування, ракетно-космічна галузь, суднобудування, виробництва ОПК). Так, зокрема, нині Україна має конкурентні позиції у певних продуктових нішах світового авіаринку (моделі Ан -178, Ан -70, Ан -225 «Мрія», АН -124 «Руслан»). Проте ці виробництва переживають нині дуже складні часи, втрачаючи останні шанси зберегти конкурентоспроможність.

Основними є такі проблеми, як обмеженість та нестабільність ринків збуту, певна застарілість навіть провідних моделей авіатехніки, налагодження нової виробничої кооперації, значний дефіцит інвестицій, втрати кваліфікованих кадрів. Як і уся українська промисловість, ці галузі відчують значний негативний вплив змін політичної кон'юнктури та кланово-олігархічного перерозподілу власності й інвестиційного ресурсу, пов'язаних з цим безперервних реорганізацій організаційно-правових форм функціонування провідних підприємств. Низькою залишається дієздатність

держави у сфері перспективного стратегічного управління та планування галузевого розвитку, а також здійснення нею своїх корпоративних прав.

Розбудова смарт-виробництва може сприяти вирішенню збутової проблеми в авіагалузі шляхом створення пропозиції принципово нової продукції з високими експлуатаційними та економічними показниками або модифікованої на основі смарт-технологій. Тобто, актуальною має стати ставка на інноваційну продукцію світового рівня з подальшою переорієнтацією усього організаційно-виробничого ланцюга.

Як будь-які інновації, розвиток смарт-виробництва потребує, з одного боку, певного ступеня готовності об'єктів, насамперед, у частині відповідної ресурсної бази, зокрема фінансової. З іншого боку, доцільно враховувати потенційний мультиплікативний ефект виду промислової діяльності у національній економіці, концентруючи зусилля і ресурси у галузях/секторах, які можуть виконати роль драйверів неоіндустріального зростання та платформ для апробації новітніх організаційно-технологічних проєктів. Нарешті, не можна нехтувати потенціалами технологічного та експортного прориву, які є ймовірними при реалізації смарт-виробництва. Зокрема, такі функції може виконати високотехнологічний сектор української промисловості, який у цьому сенсі є перспективним.

Масштабність таких інновацій, як смарт-виробництво, потребує великого фінансового ресурсу. Певний потенціал для цього мають корпоративні утворення завдяки можливостям щодо концентрації та оптимізації розподілу коштів (за умови належного, не викривленого корупцією та груповими інтересами, рівня операційного та стратегічного управління розвитком корпоративного підприємства). Однак наразі державна політика створення галузевих інтегрованих структур авіапідприємств залишається неефективною, переважно через внутрішній конфлікт економічних інтересів. Вважаючи державні інтереси щодо розвитку високотехнологічних виробництв апіорі стратегічними, актуальним завданням удосконалення корпоративних фінансів в інтегрованих за участі держави структурах наукоємних галузей слід визнати чітке окреслення її ролі й функцій та відпрацювання відповідних фінансових механізмів.

Смарт-виробництво – це інновація, яка охоплює продукт, технологію, організацію виробництва та управління підприємством загалом. Виникає проблема оптимізації розподілу фінансового ресурсу по цих об'єктах залежно від обраних цільових пріоритетів та послідовності їх реалізації з урахуванням гостроти проблем. З позицій стратегічного підходу найбільш обґрунтованим уявляється формування смарт-виробництва для виходу на глобальний ринок з новим смарт-продуктом. Тому в управлінні корпоративними фінансами в першу чергу мають вирішуватися завдання концентрації та ефективного використання коштів на НДДКР, збільшення та захист нематеріальних активів.

До пакету першочергових державних заходів для поліпшення фінансових умов становлення смарт-виробництва у наукоємних секторах промисловості

України можна запропонувати також: реальний захист прав власника та інвесторів шляхом подолання корупції, рейдерства, удосконалення законодавчої, правоохоронної та судової систем; запровадження програм доступності довгострокових кредитів для секторальних та міжгалузевих інноваційних проєктів, у т.ч. за підтримки або безпосередньої участі держави; всебічний розвиток внутрішнього ринку для реалізації смарт-продукції (зокрема, через заходи стимулювання внутрішнього попиту, держзамовлення, підтримку фінансового лізингу, формування власних наукоємних виробництв повного циклу); стимулювання розвитку ІТ сектору як виробника необхідного програмного продукту для смарт-виробництв; сприяння розвитку поточного та перспективного попиту на вітчизняну високотехнологічну продукцію на зовнішніх ринках (державна фінансова підтримка експорту, виставкової діяльності, міждержавні контракти, тощо).

**Зінчук Т.Г., студентка  
Національний авіаційний університет**

### **ПРОБЛЕМИ ОБЛІКУ ВИТРАТ ПІДПРИЄМСТВА НА ІНФОРМАЦІЮ БЕЗПЕКУ**

Нестабільні економічні умови примушують компанії уважніше відноситися до питань захисту інформації, при цьому інциденти у сфері інформаційної безпеки мають прямий вплив на прибуток компанії.

Обґрунтуванням витрат на заходи безпеки можуть виступати результати аналізу ризику і статистика, накопичена по інцидентах. Механізми реалізації аналізу ризику і накопичення статистики мають бути прописані в політику ІБ (інформаційна безпека) компанії. Особлива складність економічного аналізу у сфері ІБ обумовлюється: швидким розвитком ІТ (інформаційні технології), методів і методик, використовуваних як для захисту, так і для атак; неможливістю достовірно передбачити усі можливі сценарії атак на ІС (інформаційні системи) і моделі поведінки тих, що атакують; неможливістю дати достовірну, досить точну оцінку вартості інформаційних ресурсів, а також оцінити наслідки різних порушень в грошовому вираженні.

Аналіз витрат на реалізацію проєктів у сфері ІБ доцільно здійснювати, спираючись на відому базову методологію "Total Cost of Ownership" (TCO). Ця методика орієнтована на забезпечення повноти аналізу витрат, пов'язаних з ІТ і ІС, в ситуаціях, коли необхідно оцінити економічні наслідки впровадження і використання таких систем. У загальному випадку сумарна величина TCO включає витрати на: проєктування інформаційної системи; придбання апаратних і програмних засобів; розробку програмного забезпечення і його документування, а також на виправлення помилок і доопрацювання впродовж періоду експлуатації; поточне адміністрування інформаційних систем; технічну підтримку і сервісне обслуговування; витратні матеріали; телекомунікаційні послуги; витрати на

навчання; витрати, пов'язані з втратою часу користувачами у разі збоїв в роботі інформаційних систем.

Таким чином, в цілому можуть бути визначені витрати, пов'язані з реалізацією заходів по забезпеченню інформаційної безпеки.

Проте найбільшу складність представляє визначення позитивного ефекту від впровадження засобів захисту інформації.

**Науковий керівник: к.е.н., доцент Вовк О.М.**

**Зозуля І.М., студентка  
Національний авіаційний університет**

### **АНАЛІЗ МЕТОДИЧНИХ ПІДХОДІВ ДО ОЦІНЮВАННЯ ВАРТОСТІ ПІДПРИЄМСТВА**

Теоретико-методологічна обґрунтованість стратегій управління вартістю визначає необхідність використання широкого спектру методичних прийомів, які за своєю природою потребують поєднання різноманітних елементів, причому таке поєднання має створювати умови для досягнення не лише короткострокових, а насамперед, довгострокових цілей; а також дозволяє здійснити вибір таких форм і методів управлінського впливу, що застосовуються у стратегічному управлінні, які були б адекватними внутрішньому та зовнішньому середовищу організації у всій його складності та перспективам розвитку.

Недоліки застосування традиційних методологічних підходів до дослідження стратегій управління вартістю наступні:

- складність і малодоступність для практичного застосування самих методик, для яких характерні абстрактність, академічність, і, головне, відрив теорії від того, чим вона повинна завершуватись у бізнесі – від фінансово-господарських результатів діяльності підприємства;

- велика різноманітність поглядів і підходів, які призводять до розпливчатості, неоднозначності, а іноді - просто плутанини в смисловому значенні окремих термінів.

В сучасній корпоративній практиці українських підприємств існують практичні проблеми управління вартістю, що зумовлюють важливість виявлення нових методологічних підходів і дозволяють більшою мірою зважати на специфіку формування стратегії управління вартістю.

Як відомо, в Україні не існує розвинуеного ринку акцій, відповідно, традиційні способи оцінки бізнесу не можуть бути використані. Виходячи з цього, українські підприємства не володіють адаптованими способами оцінки бізнесу, маючи в наявності всього три стандартні підходи: дисконтування грошових потоків, порівняння з аналогами, визначення вартості чистих доходів.

Методики, що пропонують одну зважену оцінку вартості підприємства, як правило, використовуються виключно для цілей продажу бізнесу, що не розглядає вартість з позицій формування стратегії і ухвалення управлінських рішень.

**Науковий керівник: к.е.н., доцент Вовк О.М.**

**Іванець Д.В., студент  
Національний авіаційний університет**

### **УМОВИ ЗДІЙСНЕННЯ ІНВЕСТИЦІЙНОЇ ДІЯЛЬНОСТІ НА АВІАПІДПРИЄМСТВАХ УКРАЇНИ**

Україна здавна славиться вигідним географічним положенням – на перетині шляхів з Європи в Азію і з Скандинавських країн в країни Середземноморського регіону. Така особливість дозволяє державі приваблювати іноземних туристів, інвесторів та авіаційних перевізників. Україна являється рубежем між Європою та Азією, що робить її надзвичайно важливим звеном між Сходом та Заходом. Тому авіаційний транспорт і його всебічний розвиток являється пріоритетною задачею для державної політики в транспортній галузі.

Сучасний стан авіаційної галузі характеризується проблемами, які з безпосередньо пов'язані з низьким попитом на внутрішньому ринку авіабудівництва і авіаційних робіт, значним недофінансуванням (особливо державних та комунальних авіапідприємств). Звичайно, це викликано різними факторами, такими як нестабільна економічна ситуація, недосконала законодавча база, занепад науково-технічних досліджень і т.п.

Провівши ретельний аналіз сучасного стану авіаційних підприємств в Україні стає зрозумілим, що без достатніх фінансових вливань, наукових розробок та оновлення авіапарків про будь-яку конкуренцію на зовнішніх ринках авіаційних перевезень та робіт можна забути.

На нашу думку, авіаційна галузь може забезпечити ефективність реалізації великих інвестиційних проектів. Для успішного залучення інвестицій в сферу авіаційних робіт і послуг, насамперед, слід створити середовище, де будуть виконуватися три головні умови: економічні, організаційні та правові. Це гарантує позитивний ефект від інвестицій і, як результат, дасть новий поштовх для розвитку авіапідприємств в цілому. Будь-який інвестор буде готовий вкласти власні ресурси, якщо створені оптимальні умови для прибутковості інвестування: стабільна політична система, якісна законодавчо-нормативна база, відсутні бюрократичні перепони і, звичайно, розвинена економіка.

У нашій державі це не спостерігається і ймовірність такого у короткостроковій перспективі є малою, оскільки процеси стратегічного управління на рівні держави потребують багато часу і ресурсів.

Потенціал розвитку авіапідприємств України має велику ресурсну базу, а отже, інвестиції і їх ефективне використання допоможуть підняти з колін не тільки авіаційний транспорт, а й суміжні авіаційні підприємства та наукові установи.

Конкурентоздатна авіаційна галузь в Україні, на нашу думку, буде претендувати на передові місця на міжнародній арені. Для цього необхідно піднімати імідж держави, її привабливість для інвесторів.

**Науковий керівник: к.е.н., доцент Вовк О.М.**

**Івашута М.Ю., студент  
Національний авіаційний університет**

### **ТЕОРЕТИЧНІ ОСНОВИ РОЗРОБКИ СТРАТЕГІЙ РОЗВИТКУ ПІДПРИЄМСТВА**

Дослідження діяльності вітчизняних підприємств показало, що значна частина з них працює без визначеної наперед стратегії свого розвитку, що призводить до відсутності цільових орієнтирів у прийнятті виробничих, маркетингових, фінансових та інших управлінських рішень. Відсутність чітко визначеної стратегії послаблює позиції підприємства у конкурентній боротьбі.

Для найбільш повного аналізу теорії стратегічного управління розвитком підприємства необхідно розглянути найпоширеніші, які називаються базисними, або еталонними, підходи. Вони показують підходи до зростання підприємства та пов'язані зі зміною стану одного чи кількох елементів: продукту; ринку; галузі; положення підприємства всередині галузі; технології. Кожний із наведених елементів може перебувати в одному з двох станів: існуючому чи новому.

Першу групу еталонних стратегій становлять стратегії концентрованого зростання, які пов'язані зі зміною продукту і (чи) ринку. При використанні цієї стратегії підприємство намагається поліпшити або виробляти новий продукт, не змінюючи галузі. Підприємство веде також пошук можливостей поліпшення свого положення на існуючому ринку або ж переходу на новий ринок, який буде реалізовуватися на вже освоєному підприємством ринку.

Однак стратегії інтегрованого зростання пов'язані з розширенням підприємства шляхом додавання нових структур. Використання такої стратегії можливо, якщо підприємство перебуває в сильному бізнесі, не може здійснювати стратегії концентрованого зростання, в той же час інтегроване зростання не суперечить її довгостроковим цілям.

Підприємство може здійснювати інтегроване зростання шляхом придбання власності або розширення зсередини. Виділяють два основних типи стратегій інтегрованого зростання: стратегія зворотної та прямої вертикальної інтеграції.

В першому випадку стратегія спрямована на зростання підприємства внаслідок придбання або ж посилення контролю над постачальниками. Стратегія прямої вертикальної інтеграції виражається зростанням підприємства за рахунок придбання або ж посилення контролю над структурами, що знаходяться між підприємством й кінцевим споживачем, а саме – системами розподілу та продажу. Такий тип інтеграції надзвичайно вигідний, якщо посередницькі послуги дуже розширюються з якісним рівнем роботи.

Стратегія диверсифікованого зростання реалізується тоді, коли підприємство далі не може розвиватися на цьому ринку з цим продуктом у рамках цієї галузі.

Фактори, що обумовлюють вибір стратегії диверсифікованого зростання можуть бути такі: ринки в стані насичення або ж скорочення попиту на продукт; значні грошові надходження, які можуть бути вкладені більш прибутково в інші сфери бізнесу; новий бізнес може викликати ефект синергії за рахунок ефективного використання устаткування, комплектуючих виробів, сировини тощо; антимонопольне регулювання не дає змоги далі розширювати бізнес у рамках галузі; скорочення податкових витрат; полегшення виходу на світові ринки; залучення нових кваліфікованих службовців або ефективного використання потенціалу наявних менеджерів.

До стратегій диверсифікованого зростання відносять: стратегія центрованої диверсифікованості; стратегія горизонтальної диверсифікованості; стратегія конгломеративної диверсифікованості.

Зазначимо, що стратегії скорочення підприємства використовують для цілеспрямованого згортання виробництва. Виділяється чотири типи стратегій скорочення бізнесу: стратегія ліквідації компанії, стратегія «збирання врожаю», стратегія скорочення частини підприємства, стратегія скорочення витрат. Процес стратегічного вибору передбачає узгодження цілей, не допускаючи конфлікту між цілями та завданнями підприємства.

Звичайним явищем при виборі стратегії є наймання консалтингових агентств, що не входять до складу організації. Такий метод використовується, якщо існують конфлікти усередині організації, необхідність у застосуванні цінного досвіду персоналу агентств у різних питаннях управління та в забезпеченні об'єктивності стратегічного вибору. Консультанти мають достатньо багатий досвід роботи з різними організаціями, що можна використати до конкретної ситуації. Але варто враховувати, що залучення зовнішніх консультантів завжди пов'язане із додатковими витратами.

Стратегія розвитку підприємства визначається в результаті вивчення зовнішнього оточення і можливих внутрішніх перспектив її діяльності з урахуванням непередбачених ринкових обставин. Таким чином, стратегія



розвитку підприємства передбачає формування основоположних цілей і завдань на довгостроковій основі, а також чітке визначення курсу дій і грамотний розподіл ресурсів, які будуть необхідні для досягнення поставленої мети.

**Науковий керівник: к.е.н., доцент Вовк О.М.**

**Ізотова В.В., студентка  
Національний авіаційний університет**

### **НЕТРАДИЦІЙНІ ПОСЛУГИ ДЕПОЗИТНИХ КОРПОРАЦІЙ**

Протягом останніх років в Україні, у зв'язку з фінансовою кризою, спостерігається тенденція банкрутства значної кількості депозитних корпорацій. Тому логічними є питання, як боротися з фінансовою нестабільністю, як досягти мінімального операційного ризику та як покращити рівень функціонування національної економіки загалом.

Стратегія розвитку депозитних корпорацій, перш за все, повинна спрямовуватись безпосередньо на якість та модернізацію нетрадиційних послуг, які вони надають, у зв'язку з тим, що звичайні традиційні послуги не в змозі збільшити ресурсну базу, стабілізувати фінансове середовище, підвищити конкурентоспроможність.

На сьогодні існують наступні види нетрадиційних послуг, які можуть бути запропоновані клієнтам: лізингові операції, фінансовий інжиніринг, факторинг, форфейтинг, трастові послуги, операції з дорогоцінними металами тощо. Таке різноманіття послуг сприяє диверсифікації доходів, підвищенню ліквідності та платоспроможності депозитної корпорації.

Звернувши увагу на досвід зарубіжних країн, стає зрозумілим, що якщо ми хочемо вести мову щодо створення нової стійкої фінансово-кредитної системи, яка буде відповідати міжнародним стандартам, то необхідно для початку створити умови для розвитку фінансової індустрії. Для цього можна провести моніторинг тенденцій розвитку фінансового сектору за кордоном, його трансформацію, запозичити інноваційні інструменти, які до цього часу на вітчизняному ринку не спостерігалися, тобто проблему слід розглядати не лише в рамках вітчизняних кордонів, а поглянути на проблему у більш глобальному масштабі.

Беручи до уваги все вищезазначене, якщо ж все таки розширити спектр, або хоча би вдосконалити існуючі технології нетрадиційних послуг депозитних корпорацій, внести зміни в законодавчу базу, це надасть змогу функціонувати будь-якій фінансово-кредитній установі з меншим рівнем ризику, і тим самим сприятиме створенню ефективної системи з приводу ліквідації фінансової нестабільності в Україні.

Важливість нетрадиційних послуг обґрунтовується тим, що значна частка коштів при формуванні фінансового результату припадає саме на ці послуги.

Але зрозуміло, якщо ми хочемо впровадити нові технології, розширити перелік операцій, покращити ефективність неспецифічних послуг, то без довгострокових інвестицій буде складно досягти запланованої кінцевої мети.

В стратегічній перспективі Україні потрібно стати повноправним учасником глобальної фінансової системи, щоб залучитися підтримкою з боку інших держав, або хоча би інвесторів, які будуть зацікавлені в створенні інноваційних послуг.

Підводячи підсумок, слід зауважити, що вдосконалення фінансово-кредитної системи України в першу чергу повинно бути спрямованим на відновлення налагодженої роботи важливих елементів інфраструктури банківської системи. Необхідно підвищувати рівень захищеності вітчизняного банківського сектору, спрямувати його на результативність функціонування економіки держави, тим самим створюючи підґрунтя для розвитку нетрадиційних послуг депозитних корпорацій.

Отже, перспектива ліквідація вказаних проблем безпосередньо сприятиме розвитку нетрадиційних послуг, а систематичне виконання депозитними корпораціями своїх функцій створить той фундамент, на якому ґрунтується економічна стабільність країни в цілому.

**Науковий керівник: к.е.н., доцент Щепіна Т.Г.**

**Казакова Т.М., студентка  
Національний авіаційний університет**

## **НАПРЯМИ ТА ФОРМИ ІННОВАЦІЙНОГО ОНОВЛЕННЯ ОСНОВНИХ ЗАСОБІВ ПІДПРИЄМСТВА**

Ефективне функціонування будь-якого сучасного підприємства в умовах конкурентного середовища залежить від його готовності та спроможності використовувати технічні та технологічні інновації у своїй діяльності. Більшість вітчизняних підприємств потребує певних заходів з удосконалення їх виробничої структури внаслідок значного ступеня зносу основних засобів.

В той же час розвиток виробництва та випуск конкурентоспроможної продукції підприємствами може підтримуватися за рахунок інтенсифікації відтворювальних процесів. Ці процеси сприяють підтримці необхідного технічного рівня основних засобів, дозволяють впроваджувати у виробництво досягнення науково-технічного прогресу, забезпечуючи випуск продукції на інноваційній основі. Інтенсифікація відтворювальних процесів можлива як за рахунок прискореного оновлення основних засобів, так і за рахунок здійснення модернізації діючих основних засобів. Технологічний процес інноваційного оновлення – це практичне використання наукових

знань з метою створення технічного методу виготовлення продукту доступними світовому НТП способами. Екстенсивне оновлення характеризує темпи збільшення обсягу експлуатованих основних засобів. Інтенсивне оновлення передбачає заміну діючих основних засобів новими, більш ефективними.

Процес відтворення основних засобів складається із двох стадій циклу відтворення: інвестиційної та експлуатаційної. Інвестиційна стадія циклу відтворення забезпечує потребу у фінансуванні. Експлуатаційна стадія відтворювального циклу включає в себе продуктивне використання виробничих фондів, підтримку основних засобів у робочому стані шляхом проведення ремонтів (поточних та капітальних), проведення модернізації, за допомогою якої може здійснюватись нарощування потужності основних засобів. Підтримка основних засобів у робочому стані називається процесом часткового відшкодування.

Процес відтворення основних засобів слід розглядати як сукупність інноваційної, інвестиційної, інституціональної та ресурсної складових. При цьому інноваційна складова визначає можливість генерувати ідеї, навички, знання, уміння та втілювати їх у техніко-технологічні, організаційно-управлінські фактори зростання ефективності підприємницької діяльності.

**Науковий керівник: к.е.н., доцент Вовк О.М.**

**Камишна С. Ю., студентка  
Національний авіаційний університет**

## **ФОРМУВАННЯ МАРКЕТИНГОВОЇ СТРАТЕГІЇ АВІАПІДПРИЄМСТВА**

Сучасні умови розвитку економіки характеризуються стрімким інноваційним розвитком у багатьох сферах та галузях. За подібних умов, підприємства, задля успішного та стабільного функціонування, а також утримання позицій на ринку, змушені приділяти багато уваги формуванню й реалізації стратегії діяльності. Оскільки, остання має враховувати всі аспекти зовнішнього та внутрішнього середовищ, а також оцінювати їх можливий вплив на реалізацію стратегічного плану.

Стратегія розвитку авіакомпанії – це багатоцільова програма, направлена на забезпечення стійкого та динамічного розвитку, на основі ефективного планування, використання методів маркетингу, оптимізації планів руху, гнучкого регулювання фінансових ресурсів, точного контролю витрат та доходів, стійкої платоспроможності та самофінансування[1].

Чи не найважливішою умовою завоювання ринку є наявність значних конкурентних переваг. Зокрема, на ринку авіаперевезень вони включають в себе зниження витрат, розробку гнучкої політики ціноутворення, впровадження новітніх наукових розробок в управління розвитком

підприємства, економію часу, забезпечення надійності авіап перевезень, покращення іміджу підприємства тощо. Одним з інструментів досягнення вказаних вище переваг є грамотна розробка маркетингової стратегії компанії.

Маркетингова стратегія – це комплекс дій підприємства щодо вибору цільового ринку, забезпечення споживчої цінності товару або послуг, що надаються, ефективного просування їх на ринок та збуту.

Формування маркетингової стратегії авіапідприємств включає в себе такі основні етапи:

1. Комплексне вивчення ринку авіапослуг та його функцій, використання отриманих даних при виконанні договірних обов'язків компанії.

2. Організація формування та комплектування парку повітряних суден. Цей етап значно впливає на ефективність та безпеку авіап перевезень, і визначає дохід підприємства.

3. Управління та планування рейсів компанії, а також впровадження нових маршрутів.

4. Вивчення попиту, оцінка витрат та встановлення цін на основі отриманих результатів та аналізу аналогічних позицій конкурентів.

5. Оцінка якості авіатранспортної продукції та послуг, що включає такі критерії, як гарантування безпеки і регулярність польотів, культура обслуговування пасажирів і вантажів, вплив на навколишнє середовище тощо.

6. Розробка системи планів і договорів авіапідприємства, відповідно до вимог чинного законодавства.

Крім того, в процесі формування та реалізації маркетингової стратегії авіакомпанії слід враховувати свої сильні та слабкі сторони, оцінювати можливості та загрози на цільових сегментах ринку, і корегувати обраний план, згідно з потребами ринку [2].

Для досягнення максимальної ефективності від реалізації маркетингової стратегії на великих підприємствах, контроль за виконанням плану слід доручити спеціальному відділу. Таким чином буде зменшено навантаження на керівництво, а отже і ймовірність допущення помилок у роботі компанії. Адже працівники відділу матимуть конкретно направлені завдання, тобто їх продуктивність буде вищою, порівняно з керуючою верхівкою, яка має слідувати за діяльністю всього підприємства.

Якщо ж, з певних причин, організація не має можливості сформувати окремий відділ, відповідальний за стратегічне планування, то можна хоча б призначити конкретного працівника, що візьме на себе обов'язки, пов'язані з цим.

Посилена увага до стратегічного планування також може допомогти у вирішенні актуальних проблем, що виникають в авіаційній сфері бізнесу і пов'язані з логістикою, плануванням витрат, якістю маркетингового менеджменту, інформаційним забезпеченням тощо [3].

Таким чином, можна зробити висновок, що маркетинговий план є необхідним при забезпеченні стабільної та успішної діяльності підприємства

як в авіаційній, так і в решті сфер економіки. А певні особливості процесу формування маркетингової стратегії авіапідприємств зумовлені специфічними аспектами галузі.

### **Література**

1. Серeda Н. М. Особливості формування маркетингової стратегії на авіапідприємствах [Електронний ресурс] / Н. М. Серeda – Режим доступу до ресурсу: <http://nauka.kushnir.mk.ua/?p=73711>.
2. Дикань В. Л. Система стратегій підприємства [Електронний ресурс] / В. Л. Дикань – Режим доступу до ресурсу: <http://westudents.com.ua/glavy/46917-rozdl-7-sistema-strategy-pdprimstva.html>.
3. Інформаційні проблеми бізнесу в цивільної авіації України та шляхи їх вирішення [Електронний ресурс] – Режим доступу до ресурсу: <https://studlib.info/tehnologii/1015002-informaciyni-problemi-biznesu-v-civilnoi-aviacii-ukraini-ta-shlyakhi-ikh-virishennya/>

**Науковий керівник: к.е.н., доцент Вовк О. М.**

**Кеніна М.О. студентка  
Національний авіаційний університет**

### **АРБИТРАЖНІ ВАЛЮТНІ ОПЕРАЦІЇ**

Основний принцип валютного арбітражу – купити валюту дешевше і продати її дорожче. Залежно від мети розрізняють два види арбітражу : спекулятивний та конверсійний. В основі спекулятивного арбітражу лежить мета дістати вигоду з різниці валютних курсів у зв'язку з їх коливаннями. І вихідна валюта з кінцевою збігаються, бо цей процес відбувається за схемою : долар – болгарський лев; лев – долар. Метою конверсійного арбітражу є насамперед найбільш вигідна купівля необхідної валюти. Для цього використовуються котирування потрібної валюти різних банків одного чи декількох валютних ринків. Та й можливості його ширші, тому що різниця в курсах не така велика, як при спекулятивному, яка має принести прибуток, а не лише покрити маржу між курсами покупця і продавця валюти.

З 70-х років минулого століття і до нині в умовах плаваючих валютних курсів найбільш розповсюджений валютний арбітраж у часі, заснований на розбіжності термінів купівлі-продажу валюти. Це зумовлено тим, що великим банками, які здійснюють операції в різних валютах і на немалі суми, не завжди чи навіть доцільно можливо покрити їх контругодами. Банкам вигідніше здійснювати такі операції на основі сучасних котирувань, заключаючи договори у протилежних напрямках, завдяки чому вони виграють на маржі між курсами продавця та покупця.

Таким чином, неминуче несе в собі елемент спекуляції часовий валютний арбітраж. Відмінність валютного арбітражу від звичайної валютної

спекуляції полягає в тому, що дилер орієнтується на короткостроковий період здійснення операції та за коротки проміжки часу намагається вгадати коливання курсу необхідної валюти. Буває й таке, що дилер протягом дня змінює свою тактику декілька разів. Для цього він повинен постійно спостерігати за коливаннями курсів, проводити аналіз із іншими дилерами, добре знати ринок та вміти прогнозувати, щоб визначити причини та напрямки курсу.

У висновку можна сказати, що ринок валютних операцій в Україні розвинений недостатньо добре. Він вимагає більш високого рівня економіки, інфраструктури суспільного виробництва, а звідси – валютних відносин. Для ефективного функціонування валютного ринку необхідно найбільш точно вибрати стратегію розвитку валютних відносин, яка б була пристосована до соціально-економічних умов України та була б найбільш ефективною.

**Науковий керівник: асистент Ковтуненко В.М.**

**Кириченко О.О., студентка  
Національний авіаційний університет**

### **КЛАСИФІКАЦІЯ ОПЕРАЦІЙ КОМЕРЦІЙНИХ БАНКІВ З ЦІННИМИ ПАПЕРАМИ**

В Україні банківський сектор є одним із основних секторів з гарними перспективами розвитку, проте відносини банків з ринками цінних паперів є проблемними.

Ринок цінних паперів відіграє важливу роль в економічному розвитку окремих господарюючих суб'єктів та суспільства, забезпечуючи ринковий механізм ціноутворення, що сприяє обігу капіталу та його розміщенню. Ринок цінних паперів – це особлива частина фінансового ринку, що виконує інвестиційну, перерозподільну функції та притягує «венчурний капітал». Ринок цінних паперів поділяється на первинний та вторинний. На першому розміщують щойно випущені (нові) цінні папери, в свою чергу на другому відбувається їх обіг ( продаж, перепродаж і т.д. ).

На Українському ринку в обігу наявні такі види цінних паперів як акції, облігації, ощадні сертифікати та векселі. Також в обігу можуть бути наявні форвардні та ф'ючерсні контракти, опціони тощо, що є похідними цінних паперів. Цінні папери можуть бути іменними та на пред'явника.

Комерційні банки можуть виступати як учасники фондового ринку за умови, що вони отримали ліцензію на ведення діяльності та здійснюють визначені в ст. 47 закону України «Про банки та банківську діяльність» операції з цінними паперами. До таких операцій належать: емісійні операції; кредитні операції; обслуговування чеків, векселів та інших оборотних платіжних інструментів; фондові та біржові операції.

Комерційні банки є активними учасниками фондового ринку, та являють собою ліцензійні фінансові установи, головним завданням яких є залучення грошових коштів та їх подальше використання для видачі кредитів. У випадку зменшення попиту на кредитні операції, комерційний банк, в наявності якого є кошти, може придбати додаткові цінні папери для зміцнення свого фінансового становища. Інвестиції в цінні папери має за мету збереження існуючих вільних коштів від знецінення та одержання прибутку. Ще однією метою купівлі цінних паперів виступає створення портфелю цінних паперів, що дозволяє зменшити ризик неповернення коштів інвесторів.

Операції з цінними паперами бувають активними та пасивним. Активні операції передбачають надання клієнтам залучених коштів у тимчасове користування. Такі операції, перш за все, пов'язані з кредитним ризиком. В свою чергу до пасивних операцій належать випуск банком ощадних сертифікатів та цінних паперів, метою чого є залучення коштів. В загальному вигляді операції з цінними паперами спрямовані на отримання додаткового прибутку або для закріплення фінансового становища комерційного банку.

Однією зі статей прибутку для комерційних банків є надання послуг зі зберігання, надаючи сейфи в оренду, або надання послуг з управління цінними паперами. Емісія цінних паперів дозволяє комерційним банкам збільшити кредитні кошти і розширити кредитування, в свою чергу державні органи мають змогу покрити дефіцит бюджету.

Основною відмінністю банківських цінних паперів від акцій та векселів полягає в встановленому контролі за їх випуском.

Банківські цінні папери підлягають під жорсткий контроль з боку Центрального банку. В своїй роботі, комерційні банки, спираються на обов'язкові нормативи. Що забороняють знижувати ліквідність балансу та достатність капіталу. Також поряд отримання ліцензій та контроль за комерційними банками збільшує позиції банківських цінних паперів. Цінні папери випускаються з метою створення нових виробництв та для розвитку існуючих. Цінні папери можуть випускатися в паперовій формі, у вигляді бланків та у формі записів на рахунках.

Для отримання прибутку банк може здійснювати комерційну торгівлю цінними паперами, виступати посередником в операціях з цінними паперами та може виконувати функції управління портфелем цінних паперів. Слід зазначити, що комерційні банки можуть виступати не лтше як посередник, а також здійснювати консультаційну діяльність в операціях з цінними паперами.

Формування портфелю цінних паперів відбувається дослідження всіх факторів ризику, що можуть призвести до знецінення цінних паперів. Банківський портфель цінних паперів являє собою всі придбані цінні папери, що було здійснено за рахунок наявних у банку коштів.

Отже, можна зробити висновки, що операції комерційних банків з цінними паперами класифікуються за видом діяльності банку. Банки мають

можливість випускати власні цінні папери та бути посередником в операціях з ними. Банківська діяльність, що пов'язана з цінними паперами, полягає в отриманні додаткового прибутку, зміцнення свого фінансового становища, саме тому їх діяльність є однією з рушійних сил для розвитку економіки. Діяльність комерційних банків, що стосується цінних паперів, є різноманітною. Законодавство нашої країни надає можливість поєднувати декілька видів діяльності, такі як інвестиційна, страхова та банківська.

**Науковий керівник: д.е.н., професор Пілецька С.Т.**

**Ковтуненко В.М., асистент  
Березовська О.О. студентка  
Національний авіаційний університет**

### **АНАЛІЗ АВІАЦІЙНОЇ ГАЛУЗІ УКРАЇНИ ТА СВІТУ**

На сьогоднішній день багато європейських лоукостерів не літають в нашу країну через відсутність достатнього платоспроможного попиту. Проблемою для України, особливо для східного регіону, є те, що вона знаходиться в чотиригодинній зоні польоту від основної групи багатих європейських країн, Київ - у тригодинній. Тому у будь-якого європейського лоукостера польоти з України в ЄС будуть дорогими, тому що квитки не будуть коштувати € 20. Це одна з причин через яку, наприклад, Wizz Air завершив свою діяльність у Донецьку. А в Європі рейс виконується в середньому за годину-півтора.

Можна помітити, що лоукостери вкрай рідко користуються великими аеропортами, вважаючи кращими ті, які менші і знаходяться далі від великих міст. Це відбувається саме тому, що лоукостер хоче мінімізувати вартість обслуговування, яка в малих аеропортах може бути помітно менше.

В українських реаліях рівень зборів встановлює Міністерство інфраструктури. Саме тому вони роблять ставку на регіональні аеропорти, як вже це зробила компанія WizzAir.

На даний момент високі ціни на квитки обмежують розвиток українського міжнародного і внутрішнього авіатранспорту. Поки всі сподіваються, що в найближчому майбутньому, уповноважені люди все ж зможуть виробити ефективну стратегію функціонування аеропортів.

А що стосується Борисполя, то його прибутковість як підприємства в минулому році склала 1,5 млрд. Грн. Навіть зважаючи на те, що він вже неодноразово ставав об'єктом багатомільйонних штрафів, починаючи з червня 2014 року аеропорт Бориспіль зміг досягти безпрецедентних позитивних результатів. Він вийшов на прибутковість, подвоїв суму відрахувань до бюджету, та почав погашення кредитів попередніх років.

Але незважаючи на це, лоукост-модель в Україні користувалася б великим попитом і найбільше б відповідала сучасним вимогам. При цьому



термін low-cost багато хто помилково пов'язує з низькою ціною на авіаквитки.

Важливим показником, який впливає на кінцеву вартість квитка, є витрати лоукостерів на одного пасажера (табл. 1).

Таблиця 1

Структура доходів аеропортів України та Європи

Дохід	України (Бориспіль)	Європи
Авіаційний	10.3\$	17\$
Невіаційний	2.4\$	11\$

Отже, аеропортам слід надати можливість самостійно впливати на структуру доходів. Це ще раз доводить, що не варто зволікати з новою транспортною стратегією України. Так, маючи досить перспективне географічне положення, держава втрачає можливості для виходу на раніше закриті транспортні напрямки. Так само, гарним шляхом для вирішення цього питання було б зменшення ставок та надання можливості аеропортам самостійно їх встановлювати.

**Ковтуненко В.М., асистент**  
**Деркач О.С. студентка**  
**Національний авіаційний університет**

### СТАН, ПРОБЛЕМИ ТА ПЕРСПЕКТИВИ РОЗВИТКУ АВІАЦІЙНОЇ ГАЛУЗІ УМОВАХ СЬОГОДЕННЯ

Значення повітряного транспорту, як каталізатора загального економічного і соціального розвитку, обумовлена швидкістю і гнучкістю, що характеризує повітряний транспорт в загальній системі перевезень. Ефективне повітряно-транспортне обслуговування створює позитивні зміни туристичної галузі та економіки міст та країни в цілому.

Варто зазначити, що українці мало літають за кордон, а всередині країни – ще рідше. Проте у 2016 році чисельність перевезених пасажирів, порівняно з 2014 роком зросла від 6,3 млн. пасажирів до 8,27 млн. пасажирів за рік. За 11 місяців 2017 року українські авіакомпанії перевезли 9,826 млн. пасажирів, що на 29,6% більше, ніж у попередньому році. Переважна чисельність пасажирів припадає на міжнародні рейси – 8,966 млн. пасажирів, що на 30,8% більше, ніж у попередньому періоді. Складно однозначного говорити чи вплинула можливість перетинати кордон з країнами Євросоюзу без віз, проте у червні 2017 року українськими авіакомпаніями було перевезено 1,1 млн. пасажирів, тоді як попереднього року – 0,9 млн. За три квартали 2017 року спостерігалось падіння коефіцієнту заповнюваності на рейсах українських

авіакомпаній. На внутрішніх регулярних рейсах у 2016 році авіакомпанії перевезли 791 тис. пасажирів, причому 664 тис. пасажирів було перевезено авіакомпанією МАУ. При цьому МАУ отримала у 2016 році чистого доходу 17836млн. грн. тоді як наприклад авіакомпанія Візз Ейр Україна – 6 млн. грн.

Імпульсом для розвитку авіаційної галузі вважався початок роботи на території України ірландського авіаперевізника – Ryanair, який планував починати польоти з жовтня 2017 року та планував пасажиропотік в 500 тис. чоловік за перший рік роботи. Проте поки переговори продовжуються.

2017 рік виявився найбільш успішним для галузі вантажних авіаперевезень за останні 10 років за темпами росту.

В останні роки все більшої популярності набувають покупки в інтернет-магазинах, особливо в КНР. Так, наприклад 11.11.2017 року в китайських інтернет-магазинах було продано товарів на 23,5 млрд. дол. За підрахунками IATA було проведено 657 млн. посилок. Величезну роль в доставці зіграв авіаційний транспорт. Отже, щодня в небі крутиться товарів на загальну суму приблизно 18 млрд. дол.

За даними Державіаслужби, в 2017 році такі перевозки виконували «Авіалінії Антонова», «ЗетАвіа», «Альфа Ейр». Обсяг перевезень в цій ніші також зріс, проте більш низькими темпами, ніж увесь ринок – на 6%.

Отже, зміни, які відбуваються в авіаційній галузі, у загальному мають позитивну динаміку. Проте враховуючи рівень доходів населення, лоукост-модель для України є такою, яка підходить найбільше, тому позитивним було б створення української лоу-кост компанії як дочірньої іноземної або української, хоча це вимагає значних інвестицій. Оптимальним для розвитку галузі також вважаємо державну підтримку аеропортам у вигляді компенсації частини витрат по обслуговування лоу-коста. Адже дешеві авіалінії генерують пасажиропотоки, а, отже і доходи.

**Ковтуненко В.М., асистент  
Федоренко Д.Л. студентка  
Національний авіаційний університет**

### **ПРОБЛЕМИ ОБЛІКУ РЕАЛІЗАЦІЇ ГОТОВОЇ ПРОДУКЦІЇ НА ПІДПРИЄМСТВАХ УКРАЇНИ**

Кожне підприємство прагне підвищити рівень ефективності виробництва своєї продукції. Проблема обліку реалізації готової продукції є досить актуальною нині, адже в Україні більша частина підприємств спеціалізується на виробництві та реалізації продукції. Теж важливу роль грає посилення конкуренції на ринках збуту.

Тож розглянемо основні проблеми, пов'язані зі збутом і обліком продукції.

Отже, однією з головних проблем обліку реалізованої продукції є те, що нарахування доходу від реалізації готової продукції, товарів, робіт, послуг відбувається при наявності таких умов, як: покупець володіє вигодами та ризиками, пов'язаними з правом власності на товари; підприємство не здійснює належного контролю за реалізованою продукцією; є гарантія того, що в результаті реалізації підприємство підвищить економічні вигоди. І при всьому вище сказаному виникає дебіторська заборгованість, наявність якої є економічно не вигідною для підприємства так як унеможлиблюється використання цих коштів для виготовлення нової продукції. Для розв'язання даної проблеми пропонують використовувати з покупцями такі безготівкові рахунки, які б безперечно гарантували вчасне надходження грошових коштів за продані покупцям товари. Вигідним варіантом є здійснення попередньої оплати за продукцію.

Суть наступної проблеми заключається в іншому. Облік готової продукції здійснюється на основі первинних документів – актів, накладних, відомостей випуску продукції тощо. На багатьох підприємствах з використанням комп'ютерної техніки ведеться облік без використання узагальнюючих документів.

Вирішення цієї проблеми заключається в тому, що потрібно на підставі первинних документів створювати реєстри документів з реалізації готової продукції. Дані реєстри повинні бути класифікованими за видами продукції, напрямками реалізації тощо. Періодичне заповнення реєстрів дасть можливість контролювати процес реалізації продукції і надходження прибутку.

Нині однією з частин ефективної організації обліку наявності та руху готової продукції є високий рівень використання облікової інформації для оцінки якісних та кількісних характеристик готової продукції.

Для покращення обліку готової продукції та її реалізації можна відокремити витрати на збут ( доведення продукту до споживача) та витрати, що пов'язані з вивчення і оцінкою попиту, пошуком каналів ринків збуту.

Наведені вище дані показують те, що існують певні проблеми, які мають вплив на облік готової продукції. Якщо вирішувати ці проблеми, то можна буде безперешкодно здійснювати бухгалтерський облік готової продукції.

**Ковтун К.Ю., студентка**  
**Національний авіаційний університет**

## **ВНУТРІШНІЙ КОРПОРАТИВНИЙ КОНТРОЛЬ ДІЯЛЬНОСТІ АВІАПІДПРИЄМСТВ**

Корпоративний контроль - це безперервний процес, який здійснюється в рамках управлінського циклу, і полягає в постійному зіставленні фактичних результатів з необхідними очікуваними результатами. Сучасна практика

показує, що наявність в компанії ефективної системи внутрішнього контролю стає основою для поліпшення фінансових показників, підвищення якості управлінських рішень, отримання цілого ряду інших переваг. Внутрішній корпоративний контроль поєднує управлінську діяльність щодо формування даних про стан та функціонування об'єкта господарювання, вивчає інформацію про результати діяльності, а також проводить діагностику та оцінку процесів розвитку і досягнення мети та ефективності стратегії.

Згідно історичної події, яка сталася у 1992 році, Комітет спонсорських організацій Комісії Тредвей (COSO) випустив документ «Внутрішній контроль. Концептуальні засади», який визначає поняття системи внутрішнього контролю і надає інструменти оцінки, які організації можуть використовувати при проведенні оцінки своїх систем внутрішнього контролю. Концепція внутрішнього контролю COSO визначає внутрішній контроль як процес, що здійснюється радою директорів, менеджментом та іншим персоналом організації та спрямований на забезпечення розумної гарантії досягнення цілей за наступними категоріями: ефективність (effectiveness) і результативність (efficiency) операцій компанії; достовірність (reliability) фінансової звітності; дотримання відповідного законодавства, підзаконних актів та регламентів.

Під внутрішнім контролем слід розуміти систему заходів запроваджених апаратом управління суб'єкта господарювання з метою підвищення ефективності його діяльності шляхом спостереження, вивчення та перевірки відповідності виконання прийнятих раніше управлінських рішень. Як вже зазначалось, корпорації мають складну організаційну структуру, що прямо впливає на організаційну побудову корпоративного контролю.

Для створення системи внутрішнього контролю необхідно розробити її організаційну структуру, визначити коло осіб, що беруть участь у формуванні інформації в кожному бізнес-процесі, порядок їх взаємовідносин, відповідальність, документи, документообіг, технічні засоби контролю, положення про підрозділи, службові та посадові інструкції та ін. Авіапідприємства повинні оцінювати та перевіряти розробку та функціонування системи внутрішнього контролю та впроваджувати відповідні дії для її покращення.

Система внутрішнього корпоративного контролю передбачає дотримання статусів про реєстрацію та законодавчих і нормативних актів, що контролюють виконання обов'язків директорів, управлінські принципи поведінки, які, в свою чергу, заохочують директорів та працівників їх виконувати. Формування політики внутрішньої системи управління та контролю загальних питань сприяє розвитку системи контролю загалом. Відділ загальних питань контролює процедури відповідності та здійснює моніторинг розвитку та функціонування відповідних правил компанії. При цьому керівництво розробляє систему аудиторських перевірок для забезпечення виконання обов'язків директорів та працівників відповідно до чинних законів та правил. Практика показує, що частіше за все компанії

проводять засідання керівників та позачергові збори, коли необхідно прийняти важливі рішення щодо політики та планів управління групами. Крім того, щоб забезпечити ефективне виконання обов'язків директорів, створюють такі структури зустрічей, як Керівний Комітет та інші.

Для підвищення якості внутрішнього корпоративного контролю на вітчизняних авіапідприємствах повинно бути створено ефективне контрольне середовище та розроблено кодекс ділової поведінки та етичних норм. Наявність затвердженої процедури періодичного перегляду стратегічних цілей і планів, формальної стратегії інформаційних технологій, націленої на підтримку розвитку бізнесу, а також постійний моніторинг оцінки ризиків (як ризик підприємництва, так і ризиків достовірності звітності), постійний моніторинг системи внутрішнього контролю тощо – все це буде забезпечувати надійний захист від неефективного використання фінансових, матеріальних та інших ресурсів, а також виступатиме потужним фактором мобілізації внутрішньогосподарських резервів авіапідприємств.

Отже, впровадження внутрішнього корпоративного контролю, як сукупності управлінських технологій, дозволить гарантовано здійснювати обрану стратегію керівництва і при цьому він повинен бути вбудований в систему управління авіапідприємства і займати вагоме місце в його управлінському циклі.

**Науковий керівник: д.е.н, доцент Янчук М. Б.**

**Колосс І.І., студентка  
Національний авіаційний університет**

## **ВПЛИВ КОРПОРАТИВНОГО МАРКЕТИНГУ НА ОРГАНІЗАЦІО БІЗНЕС-ПРОЦЕСІВ**

Зміна базової концепції організації діяльності компаній, яка була домінуючою в практиці ведення бізнесу приблизно до 1960-х рр. (бізнес як закрита система), ознаменувала перехід до нової парадигми, згідно з якою ключовим фактором зростання компанії виступає здатність розвивати власний бренд. Нова концепція розглядає компанію і її бізнес-процеси як відкриту систему, в якій зростання досягається за рахунок правильного позиціонування, ефективних маркетингових комунікацій, пропозицій цінності клієнтам, грамотного управління їх життєвим циклом, транспарентних і взаємовигідних партнерських відносин зі споживачем. При цьому менеджмент в розвитку організації відіграє важливу роль, адже грамотне управління соціально-економічними факторами в умовах роботи в ринковій економіці дозволяє вирішити поточні і стратегічні завдання, спрямовані безпосередньо на розвиток і створення економічної стабільності компанії.

Корпоративний маркетинг розцінюють як концепцію чи філософію бізнесу, як спрямованість компанії і як соціальний і управлінський розвиток організації, який найкращим шляхом реалізується в сучасних ринкових умовах. Кожна система (компанія) вимагає єдності та злагодженої роботи задля досягнення певної місії, для цього необхідно мати високий рівень організації управління виробництва та робочого процесу. Корпоративний маркетинг з'явився у процесі еволюції організації виробництва, як цілком логічний та необхідний великим корпораціям елемент системи.

Залежно від того, наскільки правильно буде зроблено добір персоналу, організована поточна діяльність, розроблена система адаптації, оцінки та навчання, залежить подальша діяльність організації, затребуваність продукції, що випускається або послуг. Без кваліфікованого та навченого персоналу фірма не зможе у повній мірі реалізувати свою місію.

Корпоративний маркетинг як форма організації маркетингового управління через спільний маркетинговий відділ, виходячи з корпоративних інтересів, єдиної ринкової політики, дозволяє контролювати всі напрями маркетингової діяльності (як на рівні корпорації, так і на рівні окремих підрозділів) і розробляти єдину стратегію й практику діяльності для забезпечення спільних взаємовигідних економічних інтересів. Засобом, за допомогою якого компанії залучають потенційний клієнтів, і є саме корпоративний маркетинг, який включає в себе такі компоненти, як брендинг, підвищення іміджу та комунікації:

1) брендинг допомагає створити певне уявлення про компанію, наприклад, як про екологічно свідому. Дотримуючись цієї стратегії компанія знаходить способи зниження витрат електроенергії, забезпечує екологічно безпечний порядок виробництва і розповсюдження товару, а потім просовує свій корпоративний бренд за допомогою прийняття участі в благодійних заходах, відраховуючи при цьому 1% від продажів в екологічну організацію. Так, ефективний брендинг зробить корпорацію впізнаною потенційними покупцями.

2) Підвищення іміджу передбачає енергійно і дуже діяльно оберігати корпоративну репутацію. При виникненні проблем суспільного характеру негайно необхідно знаходити рішення і всілякими способами перешкоджати поширенню негативної інформації.

3) Щодо питань комунікацій, то доцільніше забезпечити в рамках загальнокорпоративної стратегії привабливе оформлення веб-сайту, електронного зв'язку або звичайної кореспонденції, що сприятиме позитивному першому враженню, яке безсумнівно приверне увагу клієнта до даного проекту тощо.

Відтак, в процесі роботи відділу корпоративного маркетингу необхідно визначити цілі компанії, наступним етапом у діяльності відділу є пошук ідей задля досягнення цілей, зазвичай це відбувається шляхом застосування «мозкового штурму» або іншого методу генерації ідей. Важливим етапом також є виділення коштів на реалізацію цих ідей, адже корпоративний

маркетинг тісто пов'язаний із внутрішнім маркетингом саме через необхідність переконувати керівництво у доцільності та ефективності ідеї.

Тенденція майбутнього полягають в комбінації корпоративного маркетингу та соціальної відповідальності. Все більше організацій розробляють нову стратегію маркетингу, яка поряд із задоволенням вимог до максимізації прибутку і розподілу часток на ринку буде включати дотримання соціальної відповідальності. Цей підхід дозволяє пов'язати кращі риси традиційного маркетингу з філософією корпоративної соціальної відповідальності.

Отже, кожній компанії важливо мати один апарат управління, який би об'єднував всі сфери і напрями виробництва в одну систему зі сприятливим економічним результатом для всіх. Помилкою буде розділення керівництва компанії на окремі департаменти та організаційні структури залежно від місцезнаходження того чи іншого елемента компанії.

**Науковий керівник: д.е.н., доцент Янчук М.Б.**

**Комісаренко Я. І., студентка  
Національний авіаційний університет**

## **УПРАВЛІННЯ ФІНАНСОВОЮ АКТИВНІСТЮ ПІДПРИЄМСТВ**

На сьогодні в Україні підтримуються сприятливі правові, економічні та організаційні умови для розвитку малого підприємництва, тобто держава достатньо стимулює розвиток цього сектору бізнесу. Але все одно темпи зростання економічних показників українського малого підприємництва відбуваються досить повільно.

Однією з основних причин повільного розвитку підприємств сектору малого бізнесу є не ефективне управління фінансовими результатами. Фінансові результати діяльності підприємств України у порівнянні 2016 та 2017 рр. (табл. 1).

Система управління фінансовими результатами підприємства обов'язково повинна включати в себе програму перспективних заходів і використовувати такі інструменти її здійснення та підтримки, спираючись на які, управлінський склад підприємства мав би можливість реалізовувати стратегію його розвитку і досягти поставлених цілей, що зафіксовані практично в кожному статуті, тобто поліпшення фінансових результатів або максимізація прибутку.

Саме фінансовий результат зміцнює бюджет малого підприємства, є джерелом його розвитку, а також сприяє діловій активності підприємств у фінансовій та виробничій сфері. Зокрема, основною проблемою є те, що нормативно-правове регулювання законодавства України не дає чіткого визначення поняттю «фінансовий результат» і ця проблема поки що є

невирішеною. В нормах бухгалтерської звітності під фінансовим результатом розуміють прибуток або збиток підприємства.

Таблиця 1

Фінансові результати діяльності підприємств України

Вид економічної діяльності	Фінансовий результат, тис.грн.		Динаміка змін	
	2016 рік	2017 рік	Відносні, %	Абсолютні, в грош. од.
Усього	237767,9	-22201,5	-9,3	-259969,4
сільське, лісове та рибне господарство	503,3	910,5	180,9	407,2
промисловість	97335,6	-7569,6	-7,7	-104905,2
будівництво	1248,7	-9342,9	-748,2	-10591,6
оптова та роздрібна торгівля;	31890,0	7277,0	22,8	-24613,0
транспорт, складське господарство, поштова та кур'єрська діяльність	11178,5	12819,7	114,7	1641,2
тимчасове розміщування й організація харчування	667,2	-1947,6	-291,9	-2614,8
інформація та телекомунікації	11003,6	4197,9	38,2	-6805,7
фінансова та страхова діяльність	48330,3	-91658,3	-189,7	-139988,6
операції з нерухомим майном	1797,3	-4295,2	-238,9	-6092,5
професійна, наукова та технічна діяльність	32617,3	21079,8	64,6	-11537,5
діяльність у сфері адміністративного та допоміжного обслуговування	1917,5	-4347,7	-226,7	-6265,2
освіта	37,0	102,8	277,8	65,8
охорона здоров'я та надання соціальної допомоги	302,0	311,7	103,2	9,7
мистецтво, спорт, розваги та відпочинок	-1059,5	-1512,8	142,8	-2572,3
надання інших видів послуг	-0,9	229,2		

Процес управління прибутком розглядають як систему принципів і методів розробки і реалізації управлінських рішень, пов'язаних із забезпеченням такого стану фінансових ресурсів, їх формуванням і розподілом, яка дозволила б підприємству розвиватися на основі зростання прибутку і капіталу при збереженні платоспроможності і кредитоспроможності, а також забезпечення і підтримки фінансової рівноваги підприємства.



Отже, як бачимо з табл. 1, фінансові результати протягом досліджуваного періоду зменшуються і погіршуються, що є негативним в діяльності підприємств.

Як висновок можна сказати, що дослідження сучасного стану управління фінансовими результатами діяльності підприємств України показало на негативну тенденцію зменшення показників прибутку до оподаткування, чистого прибутку (збитку) та рентабельності від операційної діяльності. Для ефективного управління фінансовими результатами підприємствам потрібно створити дієвий механізм якісного управління прибутку, що сприятиме розробці та реалізації високоефективної конкурентоспроможної стратегії розвитку підприємства.

**Науковий керівник: к.е.н., доцент Вовк О.М.**

**Коритько Т.Ю., к.е.н., с.н.с.**

**Інститут економіки промисловості НАН України, м. Київ**

## **МОТИВАЦІЯ ТА СТИМУЛОВАННЯ ІНВЕСТИЦІЙНОЇ АКТИВНОСТІ ПІДПРИЄМСТВ**

Одна з найбільш важливіших умов забезпечення конкурентоспроможності виробничого підприємства є підвищення його інвестиційної активності, це може бути досягнуто за наявності відповідної системи мотивації.

Мотивація інвестиційної активності підприємства являє собою сукупність мотивуючих впливів на учасників інвестиційного процесу за допомогою економічних, правових, фінансових та організаційних інструментів.

Основними мотивами здійснення інвестування для підприємств зазвичай є: підвищення конкурентоспроможності своїх нових продуктів; створення і підтримка свого іміджу на ринку; захоплення нових ринків; збільшення розмірів грошового потоку; досягнення скорочення ресурсоємності продукту.

Основними елементами системи мотивації інвестиційної активності підприємства є:

- 1) система показників оцінки кінцевих результатів діяльності підприємства в цілому, а також окремих підрозділів підприємства;

- 2) методи економічного і морально-психологічного стимулювання;

- 3) моніторинг показників оцінки кінцевих результатів діяльності підприємства в цілому, а також окремих підрозділів підприємства.

Як основний показник оцінки ефективності діяльності підприємства доцільно використовувати показник вартості підприємства. Використання даного показника як критерій ухвалення рішення дозволяє сформувати систему методів дії на внутрішні і зовнішні чинники, направлені на підвищення конкурентоспроможності підприємства. Проте для оперативного управління вартістю підприємства необхідно мати систему показників оцінки

кінцевих результатів діяльності не тільки підприємства в цілому, але і його окремих підрозділів.

Мотиви, які спонукають підприємства до підвищення інвестиційної активності, можна поділити на дві основні групи – економічні та інституціональні (неекономічні). Некономічні мотиви прийняття інвестиційних рішень на рівні підприємства мають індивідуальний характер і визначаються його місією, загальною стратегією, політикою управління персоналом, характером навколишнього середовища тощо. У системі інституціональної мотивації прийняття інвестиційних рішень часто пріоритетну роль відіграють соціальні мотиви, пов'язані з різноманітними аспектами соціального розвитку персоналу підприємства.

**Костюнік О.В., к.е.н., доцент  
Національний авіаційний університет**

### **ПРОБЛЕМИ ФОРМУВАННЯ ТА ОБЛІКУ ВЛАСНОГО КАПІТАЛУ НА ПІДПРИЄМСТВАХ В СУЧАСНИХ УМОВАХ**

Наразі проблема формування капіталу особливо загострюється, оскільки має місце неврегульованість питання відповідальності власників за своїми зобов'язаннями перед кредиторами, незахищеність акціонерів від шахрайства та відсутність ринку власників корпоративних прав.

Для формування і регулювання власного капіталу керівникам і фінансистам підприємств необхідно опанувати такий перелік питань: цілі, порядок та умови збільшення (зменшення) статутного і власного капіталу; їх види та порядок формування резервів; порядок його формування та використання додаткового капіталу; методика оподаткування операцій зміни (збільшення/зменшення) статутного і додаткового капіталу.

Відображення у бухгалтерському обліку операцій із власним капіталом має відбуватися після аналізу операцій, які змінюють числове наповнення його елементів. Це в першу чергу стосується операцій з отримання (передачі) оборотних активів, зміни поза-оборотних активів, оскільки ці операції часто впливають на зміни в розмірах власного капіталу. Він може бути оцінений адекватно стосовно визнання доходів та витрат за наявності відповідної облікової політики оцінки активів підприємства.

Треба зазначити, що наразі синтетичний та аналітичний облік власного капіталу має цілу низьку недоліків, а саме: відсутність облікової політики фірм пункту стосовно формування і обліку власного капіталу; несвоєчасність надходження інформації через використання журнально-ордерної форми; невизначеність проблеми покриття збитків; проблема неоперативності і загальної недосконалості аналітичного обліку статутного капіталу в Україні.

Наразі в обліковій практиці щодо власного капіталу підприємства допускають такі помилки:

- порушення або недотримання нормативної бази з формування, обліку, аналізу та використання власного капіталу;
- неякісне складання первинних документів (використання самостійно розроблених і пристосованих шаблонів-форм, відсутність необхідних реквізитів, безпідставне виправлення записів);
- невірне відображення паїв (часток) власників (засновників);
- наявність спотворень і фальсифікації (фіктивних документів);
- невнесення (часткове, не повне внесення) часток до зареєстрованого (пайового) капіталу засновниками;
- несвоєчасне внесення змін до реєстру акціонерів;
- необґрунтоване збільшення зареєстрованого (пайового) капіталу за рахунок підвищення вартості запасів або необоротних активів понад погоджену засновниками «справедливу» вартість;
- неврахування курсових різниць у разі внесків до зареєстрованого (пайового) капіталу валютних цінностей засновником-нерезидентом;
- відсутність документів щодо передачі в оренду або викупу паю;
- неправильний розрахунок нерозподіленого прибутку та дивідендів;
- виплати дивідендів при наявності у підприємства ознак банкрутства;
- при вилученні акцій невірне або не повне відображення (чи взагалі не відображення) емісійного доходу;
- неправильне відображення дооцінки або безоплатно одержаних необоротних активів;
- невірне створення або використання резервного капіталу.

Щодо обліку власного капіталу у відповідності з міжнародними стандартами на вітчизняних підприємствах, можна зазначити, що на сьогодні існує низка методологічних і методичних проблем в цьому питанні, а саме:

- відсутність нормативних і методичних указівок щодо обліку власного капіталу;
- недосконалість аналітичного обліку за окремими складовими капіталу;
- нерегламентованість обліку виплат у разі виходу учасника з товариства;
- невизначеність необхідної інформації у наказах про облікову політику щодо власного капіталу;
- неврахування впливу економічних чинників (наприклад, інфляції) на величину власного капіталу;
- відсутність конкретного стандарту обліку власного капіталу у підприємствах;
- недотримання прийнятого співвідношення величини складників власного капіталу.

Отже, наразі в Україні існує низка не вирішених проблем та питань, пов'язаних із чітким правовим регулюванням обліку фінансово-господарської діяльності підприємств, зокрема власного капіталу.

## **НАПРЯМИ ЗАБЕЗПЕЧЕННЯ ЕФЕКТИВНОСТІ УПРАВЛІННЯ ВАРТІСТЮ ПІДПРИЄМСТВА**

В умовах стрімкого розвитку ринкового середовища, конкуренції та інформаційних технологій підприємства мають постійно працювати над удосконаленням стратегій управління. Одна з найбільш доцільних концепцій сьогодення – це ефективність управління вартістю підприємства. Ця концепція дає змогу спрямувати процеси розвитку, а також затвердити найперспективніші цілі підприємства, відповідно до довгострокового стратегічного управління. Тему управління вартістю підприємства вивчали такі іноземні вчені, як Е. Оттосон, А. Раппапорт, Дж. Стерн і тд.

Вагоме значення в управлінні підприємством бере обґрунтований розподіл активів. Оптимізація структури активів за видами спрямоване на розв’язок важливих задач управління, а саме на забезпечення інформацією облікового і управлінського персоналу, членів господарських партнерств та людей, які зацікавлені в цьому. Тому обґрунтований розподіл активів повинен слідувати цілям забезпечення ліквідності та рентабельності активів і поширення інформації про платоспроможність фірми.

Для того, щоб не було перебоїв у господарській діяльності підприємства потребують запасів фінансових ресурсів, засобів виробництва та інші активів, що перебувають в якості об’єктів бухгалтерського обліку. Щоб зрозуміти їх значимість, впливи на фінансово-господарський стан та правильно відобразити їх у звіті, потрібно згрупувати об’єкти за ознаками, що дозволять здійснити згуртованість підходу до використання всіх частин бухгалтерського обліку.

Управління на основі вартості допомагає підвищити результативність залучення капіталу, інвестицій. Базисом цієї ідеї є те, що вартість підприємства встановлюється майбутньою виручкою його власників, а нова ціна з’являється тільки за наявності перевищення витрат над отриманою віддачою від інвестованого капіталу. Сама вартість є довгостроковим показником, тому на неї впливають певні фактори (рис. 1).

Фірма сама не може здійснювати вплив на зовнішні фактори, що і впливають на підприємство, проте працівники, які задіяні в управлінні, зобов’язані займатись контролем, слідкувати за загальноекономічною ситуацією в країні аби передбачити імовірні їх зміни та миттєво відреагувати на них, щоб значно знизити негативний результат від їх дії.

Щодо внутрішніх факторів, то вони мають певну залежність від суб’єкта підприємницької діяльності. З метою управління внутрішніми факторами потрібно здійснити їх детальне структурування та оцінювання для кожного ступеня управління, тобто кожна одиниця структури несе відповідальність за ті чинники, на які вона може здійснювати конкретний вплив.

Для того, щоб фактори вартості можна було ефективно використовувати, необхідно здійснити їх підпорядкування, оцінити ступінь впливу кожного чинника на вартість підприємства, а також назначити працівників, які будуть нести відповідальність.

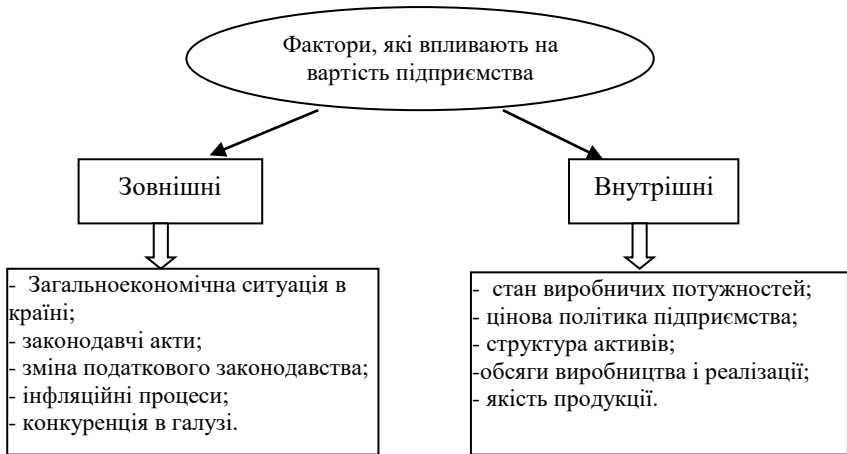


Рис.1 Фактори, які впливають на вартість підприємства

Отже, здійснити вплив на вартість підприємства можна у два способи:

- по-перше, впливати на структуру і склад активів для підвищення ефективності їх використання та нарощування прибутковості;
- по-друге, впливати на структуру і склад зобов'язань, щоб зменшити кількість витрат на капітал, який був залучений; знизити собівартість виробництва.

Необхідно звернути увагу на те, що вартість активів, а з цього випливає, що і вартість самого підприємства, буде здійснювати трансформацію, яка залежить від поставлених цілей розвитку підприємства.

### Список використаних джерел:

1. Нестеренко Ж.К., Афанасьєва Т.А. Удосконалення оцінки підприємств методами доданої вартості // Економічний простір: Збірник наукових праць. - № 37. - Дніпропетровськ: ПДАБА, 2010. - С.231-243.
2. Вовк О.М. Методичний інструментарій оцінювання вартості потенціалу підприємства за дохідним підходом// Збірник наукових праць Державного економіко-технологічного університету транспорту. Серія «Економіка і управління». – К.: ДЕТУТ, 2013. – Вип. 26. –С. 207–211.

**Науковий керівник: к.е.н., доцент Вовк О.М.**

## **МЕТОДИЧНІ ОСНОВИ НАРОЩУВАННЯ ПРИБУТКУ ПІДПРИЄМСТВА**

Ефективне функціонування будь-якого сучасного підприємства в умовах Прибутковості господарської діяльності і економічний розвиток виступають ключовими критеріями прогресивного існування і результативної діяльності підприємств в довгостроковому періоді. Важливість даних характеристик розкривається через природу особливостей їх взаємовпливу під час здійснення господарського процесу на підприємстві. Так, фінансовий результат є основним джерелом генерування і забезпечення стабільного економічного розвитку суб'єкта господарювання, наслідки якого реалізуються набуваючи матеріального вигляду через показник фінансового результату, який отримує підприємство за підсумками своєї господарської діяльності.

В працях закордонних економістів досить багато уваги приділено джерелам формування прибутку в умовах ринкової економіки.

Як перше джерело визнавали винагороду за передбачення ризик та невизначеність.

Розробку другого джерел формування прибутку пов'язують з працями Й. Шумпетера, який у ролі прибутку вказував на «послідовне введення в економічний процес технічних, комерційних та організаційних інновацій».

Третім джерелом прибутку західна економічна думка визначає монополію, тобто обмеження конкуренції в різних її видах.

На сучасному етапі головне завдання економічних досліджень, як видно із потреб практики, полягає у виявленні факторів, які позитивно або негативно впливають на процес формування прибутку з метою їх подальшого використання в діяльності підприємства.

Обґрунтування цільового розміру прибутку підприємства передбачає: визначення обсягу товарообігу, при якому можливе отримання цільового прибутку; розробка цінової політики та стратегії; формування асортиментної політики (визначення оптимальної товарно-групової структури, відповідної попиту населення і забезпечення досягнення обраної мети; формування ресурсної політики (товарне забезпечення, трудові, матеріальні та фінансові ресурси); управління валовими доходами; використання можливостей ефективного розміщення грошей; управління витратами обігу; оцінка відповідності можливостей отримання прибутку з її цільовою величиною.

**Науковий керівник: к.е.н., доцент Вовк О.М.**

## **ОБГРУНТУВАННЯ НАПРЯМІВ ПІДВИЩЕННЯ ФОНДОВІДДАЧІ НА ПІДПРИЄМСТВІ**

В класичних підходах до формування системи показників, що характеризує ефективність використання основних засобів, відносять два блоки: показники ефективності відтворення окремих видів і сукупності засобів праці; показники рівня використання основних засобів у цілому та окремих видів.

Проте ефективність використання основних засобів в розрізі означених показників не відображає функціональних та галузевих особливостей суб'єкта господарювання.

Показник "фондовіддачі" є одним із головних в аналізі діяльності підприємства, а його поступове збільшення є позитивним точки зору виробництва. Фондовіддача визначається шляхом відношення обсягу виготовленої продукції до середньорічної вартості основних засобів.

Показники, що характеризують рівень ефективності використання основних засобів, об'єднують в групи за ознаками узагальнення й охоплення елементів засобів праці. Зокрема, методично важливими є визначення фондовіддачі та рентабельності використання окремих видових груп основних засобів. Означені показники можна розраховувати в розрізі видів вартісної оцінки основних засобів.

Для виявлення резервів поліпшення використання основних виробничих засобів й удосконалення планування капітальних вкладень продовжимо розглядати та аналізувати показники, які характеризують використання засобів праці на підприємстві. Відомо, що вони поділяються на дві групи: узагальнюючі й окремі (індивідуальні).

Поліпшити використання основних засобів та виробничих потужностей на підприємствах можна завдяки: підвищенню інтенсивного використання виробничих потужностей і основних засобів та підвищенню їх навантаження у часі, дотриманню пропорційності і змінності у роботі основних засобів (обладнання), активно виконаному процесу контролювання.

Інтенсивний шлях використання основних засобів функціональних підприємств – це технічне переозброєння та підвищення рівня відновлення основних засобів. Основні етапи формування стратегії відтворення основних засобів підприємства.

1. Оцінка стану та ефективності використання наявних основних засобів на підприємстві та визначення причин неефективного їх функціонування,
2. Визначення виробничої потреби в оновленні основних засобів.
3. Оцінка можливих результатів планового оновлення основних засобів, ефективності використання основних засобів після оновлення.
4. Вибір форми відтворення основних засобів.

5. Визначення джерел фінансування обраної форми відтворення основних засобів.

6. Аналіз необхідного обсягу та структури фінансових джерел.

7. Оцінка альтернативних варіантів фінансування відтворення основних засобів.

8. Вибір оптимального варіанту відтворення основних засобів та джерел його фінансування.

Екстенсивне використання основних засобів – це збільшення часу роботи діючого устаткування (протягом зміни, доби, місяця, кварталу) та збільшення кількості діючого устаткування у всій його структурі.

Таким чином, підвищенню ефективності фондівіддачі на підприємстві сприяють: збільшення часки активних та виробничих основних засобів у структурі техніко-технологічного забезпечення, механізація та автоматизація виробничого процесу, що збільшить обсяги виробництва, модернізація та відновлення обладнання, що скоротить витрати на утримання основних засобів, а також знизить рівень ринкового зносу, впровадження інновацій у виробництво та управління, що збільшить дохідність і прибутковість підприємства.

Отже основний резерв підвищення фондівіддачі – це швидке освоєння нових активних видів основних засобів та технологій нарощування виробничих потужностей. З цією метою капітальні вкладення повинні виділятися під запланований приріст продукції з урахуванням заходів з поліпшення використання діючих потужностей, а також їхнього технічного переозброєння і реконструкції.

**Науковий керівник: к.е.н., доцент Вовк О.М.**

**Лукаржевська В.М., студентка  
Національний авіаційний університет**

### **ЕКОНОМІЧНІ ЗАГРОЗИ В УПРАВЛІННІ КРИПТОВАЛЮТОЮ**

В сучасному світі все більшого поширення набуває криптовалюта. Все частіше про неї можна почути в новинах, оголошеннях в інтернеті, прочитати на сайтах. Вона виступає в ролі нової валюти, нових грошей. Проте на думку деяких вчених криптовалюта не здатна виконувати хоча б половину основних функцій грошей, отже і не може бути в ролі повноцінних грошей. Вона виконує лише 2 функції з 5 основних: засіб накопичення і віднедавна - засіб обігу.

Всі країни світу ставляться до криптовалюти з уважністю і певною обережністю. При чому деякі країни такі, як Німеччина, Великобританія, Франція, Швейцарія, Норвегія, Австралія, Польща, Нова Зеландія, Канада та Сінгапур не забороняють оборот криптовалюти і розробляють нормативно-



правову базу для цього, а Японія навіть визнала криптовалюту законним платіжним засобом. На противагу їм Китай, Росія та КНР не визнають криптовалюту. В Україні ж ведуться суперечки про стан криптовалюти, оскільки уряд вбачає в ній певні загрози.

Криптовалюта є досить нестійкою – її курс по відношенню до долара може змінюватись кілька разів на день. Хоча деякі люди на цьому заробляють, то порівняно зі звичайними грошима, це не є позитивним аспектом для валюти. Саме через нестійкий курс криптовалюта не може повноцінно виконувати функцію міри вартості.

Відомий економіст Роберт Шиллер вважає, що такий різновид криптовалюти як біткоїн є яскравим прикладом фінансової бульбашки. Вона виникає коли занадто багато грошей вкладається в незначну кількість активів, в результаті чого вони переоцінюються. Серед факторів що викликають це явище є передусім збільшення кількості криптовалюти. Також досить важливим фактором є проникнення криптовалюти в економіки різних країн світу і як наслідок її вплив на ціни. В результаті цього постане загроза фінансовій системі країни, оскільки уряд не в змозі контролювати такий вплив.

Анонімність володарів криптовалюти також виступає певного роду загрозою. Через відсутність контролю за обігом та неможливість відслідкувати власника, криптовалюта почала користуватись попитом у хакерів, торговців зброєю та наркотиками, а також дає можливість легалізувати незаконно отримані кошти та можливість фінансувати тероризм.

В сучасних умовах криптовалюта не є повноцінними грошима, але вона до цього прагне і можливо скоро буде створена нова криптовалюта, з новими якісними параметрами, що зможе замінити паперові гроші і виступати в якості міжнародних грошей.

**Науковий керівник: к.е.н., доцент Вовк О. М.**

**Лисенко В.В., студентка  
Національний авіаційний університет**

## **ОБГРУНТУВАННЯ ФАКТОРІВ ЗНИЖЕННЯ СОБІВАРТОСТІ ПРОДУКЦІЇ НА ПІДПРИЄМСТВІ**

Одним з пріоритетних показників, що характеризує роботу сучасних підприємств, є собівартість продукції. Від її рівня залежать фінансові результати діяльності підприємств, темпи розширеного відтворення, фінансовий стан господарюючих суб'єктів. Аналіз собівартості продукції, робіт і послуг дозволяє з'ясувати тенденції зміни даного показника, виконання плану по його рівню, визначити вплив чинників на його приріст і на цій основі дати оцінку роботи підприємства по використанню

можливостей і встановити резерви зниження собівартості продукції. Зниження собівартості продукції має велике значення для будь-якого підприємства, оскільки є одним з джерел накопичення для розширення виробництва.

Поняття собівартості продукції базується на двох положеннях:

- це витрати на виробництво продукції, здійснювані на підприємстві;
- всі витрати, які містяться в собівартості, виражені в одній, загальній для всіх видів продукту формі.

Під факторами зниження собівартості продукції розуміють всю сукупність рушійних сил і причин, які визначають її рівень і динаміку. До чинників зниження собівартості продукції можна віднести:

1. Підвищення технічного рівня виробництва, зокрема впровадження нової прогресивної технології, підвищення рівня механізації і автоматизації виробничих процесів; розширення масштабів використання і удосконалення техніки і технології, яка застосовується; краще використання сировини і матеріалів;

2. Поліпшення організації виробництва і праці, тобто удосконалення управління виробництвом і скорочення витрат на нього; впровадження наукової організації праці; поліпшення використання основних виробничих фондів; поліпшення матеріально-технічного забезпечення; скорочення транспортно-складських витрат і т. п.;

3. Зміна обсягу виробництва, яке зумовлює відносне скорочення умовно постійних витрат в результаті зростання обсягу виробництва;

4. Зміна структури, асортименту і поліпшення якості продукції.

Відзначимо, що шляхів зниження собівартості продукції є немало: це і використання менш дорогих матеріалів, вдосконалення процесу виробництва, автоматизації робочих місць і скорочення кількості працівників, кооперація з іншими підприємствами, які можуть виготовляти ті або інші складники за меншими цінами тощо.

**Науковий керівник: к.е.н., доцент Вовк О.М.**

**Мазур А.М., асистент**

**Університет державної фіскальної служби України, м. Ірпінь**

### **ДІАГНОСТИКА ФІНАНСОВОЇ СТІЙКОСТІ ПІДПРИЄМСТВА ЯК ВАЖЛИВА СКЛАДОВА КОРПОРАТИВНОГО ПЛАНУВАННЯ В СУЧАСНИХ УМОВАХ**

Будь-яке підприємство є важливим елементом економіки країни. У сучасних умовах розвитку країн та глобалізації економічних процесів у світі все більшої ваги набувають корпорації. Здійснювати корпоративне планування необхідно на основі проведеної фінансової діагностики.

Фінансова діагностика - це комплексне оцінювання фінансового стану підприємства, проведення якого базується на визначених принципах та методах, що дає можливість проаналізувати фінансовий стан підприємства та дати загальну оцінку його діяльності [1].

Одним із напрямів проведення фінансової діагностики є оцінка фінансової стійкості підприємства. Фінансова стійкість – одна з найважливіших характеристик оцінки фінансового стану підприємства, яка визначає ефективне фінансове управління підприємством [2].

Про стійкий фінансовий стан корпорації свідчить її спроможність вчасно розраховуватись з поточною заборгованістю, підтримувати платоспроможність у несприятливих обставинах, збільшувати обсяги реалізації та отримувати прибуток. Фінансова стійкість забезпечує стабільну платоспроможність на перспективу, в основі якої лежить збалансованість активів і пасивів, доходів і витрат та грошових потоків.

Діагностика фінансової стійкості підприємства передбачає проведення аналізу величини та структури активів і пасивів корпорації та визначення на цій основі її фінансової стабільності та незалежності.

На фінансову стійкість підприємства впливають наступні фактори [3]:

- стан підприємства на товарному ринку;
- конкурентоспроможність продукції (робіт, послуг);
- ділова репутація підприємства;
- залежність підприємства від зовнішніх інвесторів і кредиторів;
- наявність неплатоспроможних дебіторів;
- ефективність господарських і фінансових операцій.

Для проведення об'єктивного дослідження фінансової стійкості корпорації необхідно розрахувати наступні показники: коефіцієнт співвідношення позичених і власних коштів, коефіцієнт автономії, коефіцієнт маневреності власних коштів, коефіцієнт концентрації залученого капіталу, коефіцієнт довгострокового залучення позикових коштів, показник заборгованості кредиторам та інші. Всі перераховані показники розраховуються на основі активу та пасиву досліджуваного підприємства.

Отже, планування діяльності корпорації має здійснювались на основі проведення комплексної фінансової діагностики, важливою складовою якої є оцінка фінансової стійкості.

### **Список літератури:**

1. Мазур, А. М. Фінансова діагностика як складова управління підприємством/ А. М. Мазур / Матеріали II Всеукраїнської науково-практичної конференції «Проблеми розвитку потенціалу підприємства в глобальних економічних умовах». – К.: НАУ, 2017. – 45с.
2. Гапак, Н. М., Капштан, С. А. Особливості визначення фінансової стійкості підприємства / Н. М. Гапак, С. А. Капштан / Науковий вісник

Ужгородського університету. Серія Економіка – 2014. – Випуск 1 (42) – С. 191.

3. Слободян, Н. Г. Аналіз і прогнозування фінансової стійкості підприємства в сучасних умовах: методологія і практика [Текст] / Н. Г. Слободян // Економічний аналіз : зб. наук. праць, 2014. – Том 18. – № 2. – С. 239-245. – ISSN 1993-0259.

**Масюк І.І., студент  
Національний авіаційний університет**

### **ВПЛИВ ЕКОНОМІЧНОГО АНАЛІЗУ НА ДІЯЛЬНІСТЬ ПІДПРИЄМСТВА**

За умов установлення ринкових взаємин в Україні, групування капіталу, появи та розвитку нових стабільних ринків збільшується сенс економічного аналізу для вимог системи управління та всіх задіяних сторін в змісті надання їм вигод. Для справжнього сприйняття керуючих рішень він потрібен на всіх етапах підприємницької діяльності: від планів і замислів підприємства до організації кожного напрямку його функціонування.

Економічний аналіз є невідомою складовою економічної праці на підприємстві. Він кінцевий етап, комплексно охоплює всі інші частини цієї роботи. Результати аналізу є основа для прийняття контролю цюго рішення.

Програмування контролю цюго рішення складає різні управлінські дії, де всі наступні дії будуть логічним продовженням попередніх. У господарстві саме економічний аспект проблеми є основним. В усіх інших ситуаціях основним може бути соціальний чи технічний аспект. Так або ні, але потрібно завжди пам'ятати про складові, комплекси, багатоаспектність керуючих питань.

З ціллю збільшення відповідальності за прийняття та виконання рішення, а також організацію умов для ефективного контролювання як його виконують, його слід документально завірити. Форми документів рішень залежить від їх функцій, а зміст не повинен суперечити законодавству, відповідати всім вимогам, показувати мету, засоби їх виконання у вигляді певних заходів, а також плановані результати, встановлений термін виконання всіх заходів та назначені керівники, які несуть відповідальність за стан рішення.

Збільшення діючої якості економічного аналізу в сфері ринкової економіки потрібно забезпечувати наданням якісних показників корисності аналітичних даних. До числа найважливіших серед них доцільно вказати: суть, правди вість, релевантність, презентативність, чіткість, прозорість.

Виявлено, що головною особливістю сьогоднішніх ринкових змін в Україні стає взаємозв'язок та зміцнення впливу одночасно особистих, колективних та громадських економічних інтересів на поширення теорії та практики економічного аналізу, збільшення потреби у якісному аналізі у всіх сферах. Функціонування керуючих суб'єктів при невизначеності дає поштовх до появи виробничих, грошових ризиків. Через невелику увагу потрібно виділити

організації плану дій. У період оцінки неточності з плановими значенням і рекомендується використовувати класифікацію та методику аналізу відхилень за місцем важливості з врахуванням можливих, критичних та масштабних ризиків, щоб дозволити покращити процес встановлення керуючих рішень.

Вивчення багатьох варіантів прийняття керуючих рішень засвідчують, що економічний аналіз має важливе місце в наданні виконуючих або інших вимог до цих елементів керування — наукового підґрунтування способів представлених рішень, досягнення найкращих економічних показників за найнищих витрат запасів.

Потрібно ще пам'ятати, що прогрес у країні ринкових відносин неіснує без конкурентів та підвищеного економічного ризику. Тому не потрібно, підтверджуючи способи керуючих рішень, оминати можливі дії ось таких нових для керівників факторів.

**Науковий керівник: к.е.н., доцент Соловей Н.В.**

**Матвеев В.В., к.е.н., професор**

**Смик І.А., студентка**

**Національний авіаційний університет**

### **ДОСЛІДЖЕННЯ ВПЛИВУ ПОДАТКОВОЇ РЕФОРМИ НА ФІНАНСОВІ ПОТОКИ КОРПОРАЦІЙ**

На сучасному етапі розвитку економіки спостерігається залежність структури доходів та витрат корпорацій України від нормативно-правового регулювання їхньої діяльності. При цьому податковий аспект є одним з основних, що впливає на чистий фінансовий результат суб'єкта господарювання. Враховуючи реформу податкового сектору, а також зміни в економіці, що викликані світовою фінансовою кризою, загостренням політичної ситуації та військовим конфліктом в країні, можна стверджувати не лише про актуальність дослідження впливу податкової реформи на фінансові потоки корпорацій, а і про наявність елементів новизни.

Механізм формування корпоративних фінансів на тлі набуття чинності Закону «Про внесення змін до Податкового кодексу України та деяких законодавчих актів України щодо забезпечення збалансованості бюджетних надходжень у 2018 році» № 2245 з 01.01.2018 року, наразі потерпає змін. Аналізуючи результати податкової реформи, маємо можливість зазначити наступні, що матимуть вплив на формування фінансових потоків корпорацій: зміна вимог до сплати «імпортного» ПДВ; зміна порядку формування фінансового результату; уточнення різниць, які виникають при коригуванні фінансового результату за результатами донарахування ТЦУ; зміна здійснення розрахункових операцій; спрощення ведення податкового обліку; звільнення від оподаткування прибутку від господарських операцій із

використанням газу та похідної сировини газу; збільшення рентної плати на за користування надрами в цілях, не пов'язаних з видобуванням корисних копалин, а також за спеціальне використання лісових та водних ресурсів; зміна ставки екологічного податку; змінення терміну подачі податкової декларації з податку на прибуток, яка розраховується з наростаючим підсумком; уточнення редакції норми щодо, звільнення від оподаткування прибутку підприємств суб'єктів літакобудування, звільнення від сплати ПДВ суб'єктів космічної діяльності. Також слід зазначити, що для подальшого стимулювання розвитку корпорацій та усунення зловживань в даній сфері пропонується посилити моніторинг щодо платників податків та здійснення розрахункових операцій у ЄРПН.

Узагальнюючи вищезазначене, можна стверджувати, що податкова реформа не лише має вплив на фінансові потоки корпорацій, а і істотно сприяє розвитку економіки країни, взагалі. Таким чином, задля формування остаточних висновків щодо впливу податкової реформи на механізм формування корпоративних фінансів необхідно здійснити ряд додаткових досліджень результатів зазначеної реформи.

**Матвеев С.П., к.е.н., ст. викладач**

**Харківський торговельно-економічний інститут  
Київського національного торговельно-економічного університету**

### **ЕКОЛОГО-ЕКОНОМІЧНІ ЗВ'ЯЗКИ АВІАЦІЙНИХ ПІДПРИЄМСТВ В ТЕРИТОРІАЛЬНИХ ПРИРОДНО-ГОСПОДАРСЬКИХ КОМПЛЕКСАХ**

Досягнутий в наш час рівень розвитку продуктивних сил і взаємини матеріального виробництва і природи характеризується максимальним залученням ресурсів природного середовища і мінімальними витратами на їх відтворення. Визначилася останнім часом орієнтація економіки на інтенсивний тип розвитку, економію матеріальних і, зокрема, природних ресурсів, проведення заходів щодо зниження шкідливих антропогенних впливів на природу вимагає всебічного дослідження та розробки економічних питань раціоналізації природокористування. При цьому проблема охорони природи повинна вирішуватися, перш за все, в ході господарської діяльності безпосередніх природокористувачів - підприємств, при формуванні та реалізації економічних зв'язків між ними.

Відокремлені господарюючі суб'єкти, розташовані в одному територіальному природно-економічному комплексі, не можуть не враховувати у своїй діяльності всієї сукупності екологічних факторів. Ґрунтуючись на вимогах ринку, ці підприємства, перш за все, орієнтовані на ефективне виробництво своєї основної продукції і отримання прибутку. Але для виробничої діяльності всім їм, в більшій чи меншій мірі, доводиться використовувати природні ресурси регіону. Відповідно, кожному з них

необхідно виділяти кошти і здійснювати заходи з охорони природи і відтворення природних ресурсів.

Виникає гостра проблема фінансування природоохоронних заходів зокрема і еколого-економічної діяльності в цілому в умовах жорсткої конкурентної боротьби в авіаційній галузі і необхідності зниження собівартості продукції. Ці господарюючі суб'єкти перебувають в умовах, при яких змушені вибирати між розподілом своїх коштів на розвиток основного виробництва і охорону навколишнього середовища. Підприємствам слід встановити оптимальне співвідношення між одержуваними доходами і станом природного середовища.

Потрібно враховувати і те, що якість ресурсів використовуваного природного об'єкта, як правило, залежить не від одного, а від ряду виробничих підприємств. Якщо господарюючий суб'єкт приймає індивідуальні рішення, які відповідають тільки його власним інтересам, то цим самим знижує сферу можливостей інших підприємств вести виробництво без шкоди для навколишнього середовища. Причому, окремі підприємства можуть і не порушувати нормативів стану природного середовища, наприклад, нарощуючи виробничі потужності та потужність очисних споруд. Але, тим не менше, загальний потенціал економічного використання природного об'єкта знизиться за рахунок погіршення якості ресурсів і загальних можливостей їх отримання.

Специфіка виробничої діяльності авіапідприємств передбачає особливості їх територіального розміщення. Як правило вони розташовані в достатньо великих містах з високою концентрацією промислового виробництва, сформованою науково-технічною базою, розвинутою інфраструктурою.

Тому стає очевидною необхідність прийняття колективних рішень по раціоналізації природокористування в регіоні і встановлення довгострокових договірних відносин між підприємствами на багатосторонній основі. Поряд з цим виникає завдання - створити таку систему відрахування на охорону природи, яка була б справедлива для всіх підприємств і робила б не вигідним ухилення від виконання своїх договірних зобов'язань в галузі охорони природи.

Виходячи з цього доцільним є створення колективних екологічних фондів для фінансування масштабних заходів для поліпшення стану природного середовища в регіоні на засадах дольової участі підприємств, які своїм виробництвом приносять шкоду довкіллю. В підготовці та укладенні таких договорів, а так само і в контролі за їх виконанням провідна роль має належати не тільки органам державної влади але й місцевим органам самоврядування, а також громадським організаціям.

## ПЕРЕВАГИ ТА НЕДОЛІКИ ПОДАННЯ ЕЛЕКТРОННОЇ ЗВІТНОСТІ

В умовах розвитку сучасного суспільства інформаційні технології глибоко проникають у життя людей. В наш час важко знайти сферу, в якій не використовуються інформаційні технології. Всі бухгалтерські операції на підприємствах і не тільки також базуються на їхньому використанні. Не виняток і подання звітності через електронні джерела, що на сьогодні є досить актуальною темою.

Для того, щоб скласти звіт, раніше необхідно було заповнювати велику кількість документів, реєструвати їх і заносити в архіви. Це займало багато часу, тому з метою покращення організації робочого часу більшість працівників бухгалтерії переходять на подання звітності в електронному вигляді.

Подання електронної звітності означає, що звітність буде сформована за допомогою спеціальної комп'ютерної програми, підписана ключами електронного цифрового підпису і завантажена у файл спеціального формату, який потім потрібно надіслати електронною поштою та отримати відповідь від відповідних органів про його прийняття.

Обов'язковою умовою подання звітності в електронній формі є реєстрація електронного підпису посадових осіб, що накладається за допомогою особистого ключа та перевіряється за допомогою відкритого ключа. За правовим статусом він прирівнюється до власноручного підпису (печатки). За умови правильного зберігання власником особистого ключа його підrobка неможлива. Електронний документ також неможливо підrobити: будь-які зміни, незаконно внесені в текст документа, будуть миттєво виявлені. Електронний цифровий підпис, як засіб контролю походження і цілісності інформації, є досить ефективним інструментом забезпечення інформаційної безпеки у встановленому законодавством порядку [2]. Отже, можна виділити такі переваги електронного способу звітування :

- неможливість підrobки звітності;
- відсутність безпосереднього спілкування з інспектором і, як наслідок, ухилення від тиску на платника щодо безпідставного збільшення податкового навантаження;
- економія коштів на придбання бланків звітності;
- економія робочого часу працівників бухгалтерії;
- оперативне відстеження змін до форм звітності;
- арифметичний контроль за показниками декларацій;
- конфіденційність інформації;
- звітність, що надіслана до державних органів електронною поштою не потребує зберігання та дублювання на паперових носіях.



Платник податків формує та подає податкові документи в електронному вигляді відповідно до законодавства із застосуванням спеціалізованого програмного забезпечення формування податкових документів, засобу КЗІ, керуючись Інструкцією та договором [1]. Подання звітності через електронні ресурси потребує високих вимог до фахівців з обліку та аудиту, які обумовлює комп'ютеризоване складання звітності. Існують й інші недоліки, які впливають на впровадження електронної звітності. До них належать:

- витрати на придбання та обслуговування комп'ютерної техніки й комп'ютерних програм;
- витрати, необхідні на навчання персоналу;
- психологічна інерційність бухгалтерів та керівників підприємств;
- неузгодженість та недосконалість законодавства щодо електронного документообігу;
- відсутність квитанцій;
- нестабільність законодавства з приводу фінансового обліку і звітності, що не дозволяє забезпечити вчасний автоматизований розрахунок окремих форм звітності.

Отже, формування звітності є необхідною частиною організації обліку. Подання її в електронній формі значно полегшує роботу багатьом бухгалтерам, проте має певні недоліки. Тому, аналізуючи переваги та недоліки електронної звітності, кожен працівник сам вибирає яким чином йому працювати краще.

#### **Список використаних джерел**

1. Наказ від 10.04.2008 № 233 «Про подання електронної податкової звітності»: [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://zakon3.rada.gov.ua/laws/show/ru/z0320-08>

2. Мельник Т. Податкова звітність в електронному вигляді: теорія і практика [Текст] / Т. Мельник // Бухгалтерський облік і аудит. — 2008. — № 10. — С. 43—47.

**Науковий керівник: к.е.н., доцент Соловей Н.В.**

**Мацаснко Ю.О., студентка  
Національний авіаційний університет**

#### **МЕТОДИ ЗДІЙСНЕННЯ ПРОЦЕСУ ВАЛІДАЦІЇ СТАРТАПІВ**

Суспільство і економічні процеси розвиваються швидкими темпами, тому впровадження інновацій є невід'ємною частиною сучасного життя. Стартапи, як інноваційні проекти щодо оновлення або створення нових форм підприємництва, надають можливість створення власного бізнесу, поштовх для інноваційного розвитку економічним системам. Важливою умовою їх

реалізації уміння презентувати та ефективно продавати ідею. Здебільшого в українські проекти готові інвестувати закордонні інвестори, причому, розмір інвестицій може сягати від 50 000 доларів до десятків мільйонів, в залежності від ідеї та стадії її розвитку.

Валідація стартапу - це процес його перевірки на предмет економічної доцільності. На відміну від загальноприйнятої думки, самі по собі ідеї не несуть бізнес-цінності – реалізуються лише перевірені або протестовані в ринкових умовах гіпотези, придатні для масштабування. Пройти шлях від формування чіткої ідеї проекту і її перевірки в бойових умовах на цільовій аудиторії можуть не всі, в силу відсутності чіткої стратегії і плану дій. Втілення в життя ідеї на ранній стадії стартапу може стати джерелом збагачення фаундера (засновника), і здатися чудовим методом реалізації. Але таким чином ви розробляєте продукт без впевненості у валідацію ідеї. Це небезпечний метод, який став причиною масової загибелі заснованих на нових технологіях стартапів в 90-х роках XX ст.

Американськими компаніями розроблений метод перевірки будь-якого проекту на життєздатність та економічну доцільність на всіх стадіях розвитку. Він оснований на вивченні досвіду багатьох стартапів, які зазнали провалу, для тих, хто тільки готується до запуску власної ідеї. При цьому забезпечує ефективність експерт, що не зацікавлений у реалізації ідеї. Оскільки рішення засновника не є об'єктивним. Оцінювання будь-якого проекту необхідно проводити за такими етапами:

1. Валідація ринку – об'єм, конкуренція, дослідження індустрії, сегментація, тестування ринку, дослідження клієнтів, додаткові кваліфікатори.
2. Перевірка ідеї – стрес-тест ідеї, «димне» тестування.
3. Самоперевірка.
4. Перевірка команди.
5. Перевірка продукту – до створення продукту, перевірка руйнування.
6. Маркетингова перевірка.
7. Фінансова валідація.
8. Остаточна оцінка ризику.
9. Створення продукту.
10. Перевірка продукту і ринку після запуску - після створення першої версії продукту.

Отже, проведення процесу валідації стартапу ефективними та перевіреними на практиці методами за запропонованою послідовністю – це одних із ключових факторів успіху при реалізації.

**Науковий керівник: к.е.н., доцент Вовк О. М.**

## **ІНВЕСТИВАННЯ ДІЯЛЬНОСТІ АВІАЦІЙНИХ ПІДПРИЄМСТВ**

Для сучасного етапу розвитку нашої країни нагальними є проблеми досягнення стабільного економічного зростання, здійснення структурних зрушень, нарощення досягнень технічного прогресу, збільшення якісних показників діяльності на мікро- та макrorівнях. Вирішенню цих проблем повинна сприяти ефективна інвестиційна політика держави, що враховувала б зарубіжний досвід та дозволяла реалізовувати пріоритетні напрями сприяння інвестиційній активності в Україні.

Інвестиційний клімат в країні потребує поліпшення і гармонізації соціальної, економічної, фінансової та політичної складових, що дасть змогу залучити більший обсяг інвестиційних ресурсів і створити умови для вирішення цілого ряду соціальних і економічних проблем не тільки в масштабах держави, а і на рівні підприємств, забезпечуючи їх стале функціонування і подальший розвиток.

Для підприємств одержані інвестиції є основою відновлення основних виробничих засобів підприємства та здійснення політики розширеного відтворення, поліпшення якості продукції і наданих послуг. Залучення інвестицій є особливо доцільним для підприємств авіаційного транспорту, що мають обмежені можливості використання внутрішніх фінансових ресурсів, тому саме інтенсивність та ефективність управління процесами інвестування дає можливість нормалізувати фінансовий стан підприємств.

Необхідність оновлення застарілого парку повітряних суден, що експлуатуються авіакомпаніями (рівень зносу власного повітряного парку становить більш, ніж 70%, термін експлуатації перевищує 22 роки, середня кількість літаків в авіакомпанії – до 20, в той час як у європейських авіакомпаній – 300-400), потреби розвитку аеропортів, реконструкції та розбудови аеропортової інфраструктури зумовлюють необхідність пошуку джерел інвестування.

Як свідчить аналіз джерел інвестування підприємств авіаційного транспорту, вони не вичерпуються лише державним інвестуванням, прослідковуються також тенденції до збільшення обсягів приватного фінансування, які стають достатньо суттєвим чинником розвитку підприємств. Наприклад, Державною цільовою програмою розвитку аеропортів на період до 2023 року передбачено залучення 1,2 млрд. грн. приватних інвестицій, що будуть спрямовані на розвиток об'єктів інфраструктури аеропортів, які не відносяться до аеродромних (при загальному обсязі інвестування 8,6 млрд.грн.).

Для збільшення рівня інвестиційної привабливості підприємств авіаційного транспорту є необхідним покращення загалом інвестиційного

іміджу України, системного вирішення проблем фінансово-інвестиційного комплексу в цілому.

**Науковий керівник: к.е.н., доцент Гаврилко Т.О.**

**Мягких І.М., д.е.н., професор  
Київський національний університет технологій та дизайну  
Пілецька С.Т., д.е.н., професор  
Національний авіаційний університет**

## **ТЕОРЕТИЧНІ ОСНОВИ ФОРМУВАННЯ КОНКУРЕНТОСПРОМОЖНОСТІ ПІДПРИЄМНИЦЬКОЇ СТРУКТУРИ**

Конкуренція має двоїсту природу. З одного боку, це набір умов, в яких існують підприємницькі структури на ринку, з іншого - це ендегенна складова самого ринку, тому і конкурентоспроможність підприємницької структури оцінюється двояко - як якась фіксується статика, і як невизначена динаміка.

Статична складова конкурентоспроможності - це боротьба за платоспроможний попит. В основі аналізу статичної здатності фірми створювати, зберігати і захищати свої ринкові позиції лежать наступні припущення: однотипність поведінки, повнота інформації і задана ззовні мета. Однотипність поведінки задається зовнішніми факторами, а саме:

- кількістю продавців і покупців, які існують на ринку;
- потужністю фірми щодо місткості ринку;
- типом виробленого товару;
- наявністю галузевих бар'єрів.

Повнота і глибина інформації про ринок передбачає, що у підприємницької структури існує можливість оптимального поведінки. Задана мета являє собою максимізацію обсягів продажів, виручки і прибутку. У цьому випадку тлумачення конкурентоспроможності підприємницької структури спрощується до аналізу двох варіантів: вміння пристосовуватися до ринку або вміння реагувати на його зміни. В результаті виникає ринкова рівновага, при якому внутрішньо фірмові рішення приймаються без урахування майбутніх дій конкурентів.

Таким чином, конкурентоспроможність підприємницької структури, маючи подвійну природу, може бути досліджена як якась фіксується статика, і як невизначена динаміка.

Формування конкурентоспроможності підприємницької структури в умовах рівноваги (статики) передбачає оперативні та стратегічні заходи, які реалізуються в рамках відомих моделей рівноваги (олігополії, монополії, моносонії, досконалої конкуренції).

Динамічна складова конкурентоспроможності - це боротьба за можливість розвиватися, а не перебувати в стані спокою. Тому підхід до формування конкурентоспроможності дозволяє сформулювати такі стратегії, як адаптація, мутація і селекція. Крім подвійної природи конкурентоспроможності необхідно також враховувати стадії розвитку економіки підприємства, на кожній з яких підприємницькі структури конкурують в різних сферах, тому змінюються види як внутрішньогалузевої, так і внутрішньофірмової конкуренції, а також джерела формування конкурентоспроможності.

Співвіднесення методів і джерел формування конкурентоспроможності дозволило авторам розробити матрицю стратегій, з якої випливає, що відповідно до поставленої мети підприємницька структура вибирає стратегію, яка формує статичну, динамічну або нову конкурентоспроможність.

**Нікольська В.О., студентка  
Національний авіаційний університет**

### **УМОВИ РЕАЛІЗАЦІЇ ПРОЦЕСІВ ВІДТВОРЕННЯ ОСНОВНИХ ЗАСОБІВ ПІДПРИЄМСТВА**

Ефективність процесу виробництва продуктів або надання послуг на підприємствах забезпечується характеристикою техніки та технологій, які в ньому використовуються. Якістю основних засобів визначається якість продукції, а відтоді її конкурентоспроможність та конкурентні переваги, що формують сприйняття продукції споживачами.

Основні засоби в процесі експлуатації зношуються, відбувається процес старіння як фізичного, так і морального. Заміна основних засобів відбувається в процесі відтворення, що на різних підприємствах різних галузей характеризується власними особливостями: темпами, пропорціями. Забезпечити інтенсифікацію відтворення основних засобів можна за рахунок:

- орієнтації вітчизняного машинобудівного комплексу на потреби галузі, створення нових імпортозаміщуючих зразків потокових ліній, машин та обладнання;
- забезпечення завершеності відтворювального циклу «проектування → виробництво → розподіл → запровадження → експлуатація нової техніки» шляхом інтеграції науки і практичної діяльності підприємств;
- формування та реалізації власної загальнодержавної інвестиційної стратегії, побудованої на інноваційних засадах;
- побудови мотиваційного механізму, який узгоджує інтереси власників, менеджменту та зацікавлених сторін у прискоренні відтворювальних процесів на підприємстві.

Джерелами фінансування процесів відтворення основних засобів є:

- амортизаційний фонд, проте потенціал амортизаційних відрахувань для інвестування в основні засоби мало використовується через те, що більшість підприємств має проблеми із самофінансуванням, у тому числі в оборотні активи, а не лише в основні засоби;

- прибуток підприємства, що розподіляється між обов'язковими відрахуваннями до бюджету, фінансуванням фондів накопичення та на споживання,

- залучені кредитних або інвестиційних коштів: ключовою умовою отримання яких є кредитоспроможність та прибутковість підприємства.

Вирішального значення для підвищення рівня інтенсивного використання основних засобів набуває своєчасна заміна та модернізація фізично спрацьованого й технічно застарілого устаткування. Проте практична реалізація перелічених головних напрямків інтенсифікації відтворювальних процесів потребує мобілізації великих фінансових ресурсів.

**Науковий керівник: к.е.н., доцент Вовк О.М.**

**Отрошко В.П., студентка  
Національний авіаційний університет**

## **ОСОБЛИВОСТІ ЗАЛУЧЕННЯ ПРЯМИХ ІНОЗЕМНИХ ІНВЕСТИЦІЙ В ЕКОНОМІКУ УКРАЇНИ**

Іноземні інвестиції відіграють важливу роль у функціонуванні та розвитку економіки будь-якої країни, незалежно від рівня її економічного розвитку, оскільки полягають у залученні не лише необхідного обсягу капіталу, а й трансферті сучасних технологій, ноу-хау та методів управління. Відповідно зростання обсягів залучення іноземних інвестицій протягом багатьох років є одним з основних напрямків розвитку економіки України.

Україна є державою, яка залучає іноземний капітал та має великий потенціал для розвитку, оскільки має ряд факторів, що свідчать про її інвестиційну привабливість: вигідне геополітичне розташування, високий рівень природно-ресурсної бази, дешева кваліфікована робоча сила та місткий споживчий ринок.

Проте упродовж останніх років рівень надходжень іноземних інвестицій значно скоротився, що зумовлено низкою причин: несприятлива політична та економічна ситуація в країні; недосконала нормативно-правова база; невідповідні умови банківського кредитування; вузька сфера для інвестування; обмеженість фінансових ресурсів; великі ризики з нестабільністю курсу; неможливість довгострокового прогнозування; відсутні гарантії щодо безпеки інвестора; відсутність чіткої стратегії інвестиційної політики.

Значним недоліком в здійсненні інвестиційної діяльності в сучасних умовах трансформації економіки є проблема недостатності коштів

вітчизняних інвесторів, обмеження можливостей щодо внутрішніх нагромаджень та неспроможність компенсувати в повній мірі брак капітальних вкладень для підтримки виробництва та зростання економіки.

За даними Держкомстату станом на 01.10.2017 р. загальний обсяг прямих іноземних інвестицій, внесених в економіку України, дорівнював 39 719,8 млн. дол. США. Детальна інформація, щодо обсягів прямих інвестицій в період з 2013 по 2017 роки наведена на рис. 1.

Вагомою перешкодою у розвитку інвестиційної діяльності є нестабільна економічна та політична ситуація. Соціально-економічна криза, яка розпочалась у 2014 р., призвела до погіршення становища із залученням інвестицій з-за кордону.

Судячи з двох минулих років бачимо покращення ситуації, але обсяги залучених інвестицій, поки що, не відповідають тому рівню, якого реально потребує наша економіка.

Для України потреба залучення прямих іноземних інвестицій обумовлено низкою причин: недостатньою кількістю внутрішніх ресурсів та заощаджень, недостатньою забезпеченістю сучасними технологіями, патентами, ноу-хау, ліцензіями, а також прагненням збільшити доступ до зовнішніх ринків.

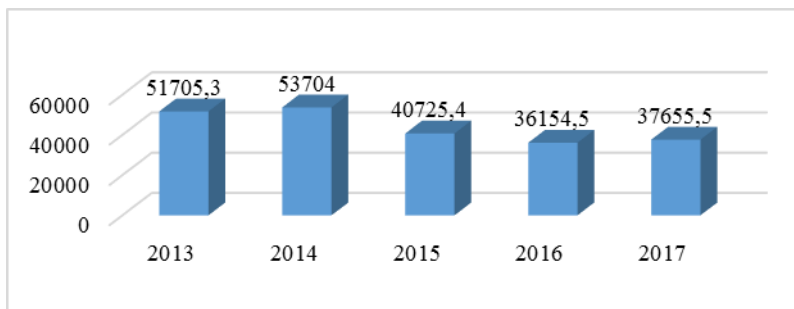


Рис. 1. Загальний обсяг прямих іноземних інвестицій на початок року, млн. дол. США

Націлюючись на залучення іноземних інвесторів держава має розробити чіткі положення законодавчих актів, що будуть відповідати міжнародним стандартам. Закордонні інвестори повинні сприймати Україну як стабільну та надійну країну для вкладення своїх коштів в її економіку.

Отже, залучення іноземних інвестицій в економіку України - об'єктивно необхідний процес. Від того, наскільки успішно економіка України буде інтегруватися у світове співтовариство, залежить стратегія й тактика розвитку держави.

**Науковий керівник: ст. викладач Задерака Н.М.**

## ОСОБЛИВОСТІ РОЗРАХУНКУ ДОПОМОГИ ПО ВАГІТНОСТІ ТА ПОЛОГАХ В 2018 РОЦІ

Підставою для призначення та нарахування допомоги по вагітності та пологах являється листок непрацездатності (далі – ЛН). Такий документ заповнюється лікарем, що вказує причину непрацездатності та заповнює інші рядки паспортної частини листка, а вже потім працівник віддає ЛН до бухгалтерії свого підприємства. Слід зауважити, що по основному місцю роботи подається оригінал документа, а на підприємство, в якому працівник оформлений за сумісництвом, слід подавати завірену копію – на ній обов'язково мають стояти підписи директора та головного бухгалтера з основного місця роботи, а також печатка. Також суміснику необхідно, окрім копії ЛН, взяти довідку про суми нарахованої заробітної плати по основному місцю роботи.

Перед тим, як починати розраховувати суму матеріальної допомоги, бухгалтеру слід уважно перевірити правильність заповнення листка непрацездатності. Саме на підставі цього документу Фонд соціального страхування виносить рішення про призначення і нарахування декретних або лікарняних.

Після перевірки і заповнення всіх необхідних даних, слід починати розраховувати розмір допомоги по вагітності та пологах. Загальний алгоритм розрахунку декретних виглядає наступним чином:

**Декретні = Середня заробітна плата (дохід) за один календарний день  
× Кількість календарних днів декретної відпустки**

Для того, щоб обчислити середньоденну заробітну плату (дохід), визначаємо розрахунковий період, що становить 12 повних (з першого до першого числа) місяців трудових відносин з працівницею, що передують настанню страхового випадку. Якщо особа працює на підприємстві менше 12 календарних місяців, до розрахунку береться фактична кількість повних календарних місяців; якщо ж така особа пропрацювала менше одного повного місяця, до розрахунку слід брати кількість фактично відпрацьованих днів. Для визначення кількості днів в розрахунковому періоді необхідно відняти від загальної суми календарних днів за цей період всі святкові та неробочі дні, що випадають на цей проміжок часу, а також виключити дні, в яких працівник був відсутній з поважних причин. Поважними причинами, згідно Порядку №1266 є тимчасова непрацездатність, декретна відпустка, відпустка по догляду за дитиною до трьох і до шести років, відпустка за власний рахунок. Якщо через поважні причини повний місяць не було відпрацьовано, з розрахункового періоду слід виключити всі календарні дні такого місяця (згідно абзацу 1 і 2 п.3 Порядку №1266).



## **НАПРЯМИ ПІДВИЩЕННЯ КОНКУРЕНТОСПРОМОЖНОСТІ ТРАНСПОРТНОГО ПІДПРИЄМСТВА**

Головним завданням побудови в Україні ефективної економічної системи є вирішення питань забезпечення вітчизняного ринку якісними й конкурентоспроможними товарами та послугами. Велике значення у збалансованому розвитку та ефективному функціонуванні економіки має транспорт як важлива складова виробничої інфраструктури.

В умовах становлення і розвитку ринкових відносин перед кожним транспортним підприємством постає проблема оцінки своєї конкурентоспроможності з тим, щоб посилити конкурентну позицію та відповідно запропонувати ефективні напрями її підвищення.

В основі підвищення конкурентоспроможності транспортного підприємства може знаходитися:

- ефективна, гнучка та обґрунтована цінова політика;
- інноваційна діяльність;
- комплекс заходів щодо економії витрат та зниження собівартості перевезень;
- техніко-технологічна модернізація та оновлення основних фондів транспортного підприємства;
- ефективне управління підприємством;
- якісне удосконалення сервісного обслуговування вантажовласників;
- розвиток системи корпоративної соціальної відповідальності;
- спільні дії з іншими суб'єктами транспортного ринку щодо удосконалення технологій перевезень.

Основною задачею функціонування транспортних підприємств є задоволення потреб споживачів у відповідних видах перевезень достатньої кількості у зручний час за вигідними тарифами як для замовника, так і для транспортного підприємства. При розв'язанні цих задач необхідне застосування логістичного підходу, який враховує ритмічність виробництва у відправника, періодичність споживання в одержувача готової продукції і роботу транспорту. Це дозволить підвищити конкурентоспроможність транспортного підприємства.

Підтримка рівня високої конкурентоспроможності означає, що всі ресурси підприємства використовуються настільки продуктивно, що воно являється більш прибутковим, ніж його ринкові конкуренти. Це означає, що підприємство займає стабільне місце на ринку товарів та послуг, та його продукція чи послуги користуються постійним попитом.

**Науковий керівник : к.е.н., доцент Вовк О.М.**

## **УПРАВЛІННЯ ЛЮДСЬКИМ КАПІТАЛОМ: ТЕОРЕТИЧНІ ТА ПРАКТИЧНІ АСПЕКТИ**

Людський капітал є одним з основних елементів в структурі інтелектуального капіталу. Саме інтелектуальні здібності людини сприяють формуванню і ефективному застосуванню традиційних видів капіталу - матеріального і фінансового, а також, створюють інформацію і дозволяють її аналізувати і приймати рішення.

*Людський капітал* – сукупність знань, навичок, творчих здібностей, працівників певної установи.

Так, Н. Бонтіс відзначає, що співробітники здатні накопичувати інтелектуальний капітал через свою компетентність, ставлення та інтелектуальну активність. Компетентність включає навички та освіту. Ставлення охоплює поведінкові аспекти роботи співробітника, в той час як інтелектуальна активність базується на вмінні інноваторськи вирішувати бізнес завдання [1]. Такої ж думки дотримується і Дж. Фіт-зенц у своїй праці «Рентабельність інвестицій в людські ресурси: вимірювання економічної цінності продуктивності працівників» стверджуючи, що людський капітал складається зі знань, талантів і досвіду працівників. Людський капітал є одним з основних джерел додаткової вартості на підприємстві [2].

Під механізмом управління людським капіталом слід розуміти – сукупність методів, інструментів, важелів, критеріїв, що формуються відповідно до соціально-економічних законів віддзеркалюючи наявну систему виробничих відносин та спрямована на задоволення економічних інтересів суб'єктів господарювання у просі формування, використання і розвитку людського капіталу.

Для системи підвищення ефективності управління людським капіталом на підприємстві зокрема і авіапідприємств слід розробити стандарти відповідності працівника посаді. У випадку, якщо фахівець відповідно до стандартів не відповідає займаній посаді, він самостійно обирає шляхи професійного зростання та чітко дотримується їх. У випадку, якщо компетентність фахівця протягом тривалого періоду не зросла, його буде усунуто з посади. Щоб усунення з посади спеціаліста не шкодило технологічному процесу, на основі інформації наданої у особистих картках створюється стратегія розвитку персоналу на перспективу, у якій має бути місце для підготовки резервних спеціалістів [3].

Отже, основою української інноваційної конкурентоспроможності є людський капітал. Його ефективна реалізація і є головною конкурентною перевагою. Однак у порівнянні з 2016 р. цей показник зменшився за рахунок скорочення державних витрат на освіту (18 місце у 2016 р., 22 місце – 2017

р.) та науку. За підіндексом “людський капітал” у 2017 р. Україна на 41 позиції проти 40-ї у 2016 р. Фактором, який стримує інноваційний розвиток є низький рівень R&D витрат (54 місце у 2017 р.), що обумовлює пошук інших джерел фінансування та міграцію науковців за межі України [4].

Україну характеризують хороші показники обов’язкової освіти (35 місце), навиків високого рівня (30), зайнятості (27). Але основною проблемою продовжують залишатися ринкові і нормативні умови на ринку праці (103 місце). Даний показник може бути поліпшений шляхом вдосконалення регуляторного середовища (115 місце), бізнес середовища і ринку праці (87). Стосовно показників, які характеризують технологічний рівень України, то вони враховані в складовій “глобальні знання”, яка включає в себе навички високого рівня і вплив таланту. За показником “навички високого рівня” Україна має досить високі позиції: за кількістю дослідників – 45 місце, якістю наукових інститутів – 41, кількістю статей в наукових журналах – 46. А в рамках показника “вплив таланту” Україна на 45-му місці за складовою “інноваційна діяльність” та на 86-му – за “високотехнологічним експортом”. Розвиток технологій змінює профіль необхідних талантів і їх основні компетенції, роблячи ключовими незвичайне поєднання технічних і соціальних навичок. Продумана політика в галузі освіти і підготовки фахівців під нові потреби бізнесу є основою успішного розвитку країни.

### **Список літератури**

1. Bontis N. Intellectual Capital and Business Performance in Malaysian Industries / N. Bontis, K. Chua Chong, S. Richardson //Journal of Intellectual Capital, Vol.1 (1). - 2000. – pp. 85 – 100
2. Fitz-enz J. Rentowność inwestycji w kapitał ludzki / J. Fitz-enz. – Krakow : Oficyna Ekonomiczna. - 2001. – 117 с.
3. Лазарева А. П. Формування та управління людським капіталом / А. П. Лазарева // Теоретичні і практичні аспекти економіки та інтелектуальної власності. - 2013. - Вип. 1(2). - С. 151-154. - Режим доступу: [http://nbuv.gov.ua/UJRN/Tpaeiv\\_2013\\_1\(2\)\\_\\_34](http://nbuv.gov.ua/UJRN/Tpaeiv_2013_1(2)__34).
4. Аналітична довідка. Стан інноваційної діяльності та діяльності у сфері трансферу технологій в Україні у 2016 році. [Електронний ресурс]. – Режим доступу: [http://mon.gov.ua/content/Діяльність/ino\\_diyal/2017/stan2.pdf](http://mon.gov.ua/content/Діяльність/ino_diyal/2017/stan2.pdf)

**Попович О.В., к.е.н., доцент  
Національний авіаційний університет**

### **ЦІКАВИ ФАКТИ ПРО БІТКОІНИ**

Нині в Україні на слуху нова трендова тема – біткоіни. Поки курс гривні нестабільний, найпопулярніша криптовалюта впевнено набирає обертів. Через блискавичне зростання курсу світом шириться «біткоін-лихоманка» -

великий попит на віртуальні гроші стимулює зростання курсу ледь не зі швидкістю світла.

Біткоїн - перша з віртуальних валют, яка захищена від зламування низкою шифувальних (криптографічних) методів. Ця електронна валюта є фактично математичним кодом, який, за словами творців, неможливо підробити чи викрасти.

Біткоїн – це найпоширеніша в світі валюта, яка з'явилася в 2009 році і працює лише в Інтернеті та не регулюється жодним центральним банком чи державою.

До позитивних сторін біткоїнів можна віднести:

1. Випуск біткоїнів відбувається генеруванням математичних алгоритмів на так званих «майнінгових фермах» - потужних серверних комплексах. Звичайний користувач може видобути біткоїн лише на біржі криптовалют

2. Біткоїни можна накопичувати, а також розраховуватися ними за товари і послуги. Так, біткоїнами можна розрахуватися за ігри Xbox та майбутній політ у космос із Virgin Galactic. Біткоїни приймають Інтернет-магазини, а подекуди навіть звичайні крамниці й кав'ярні, наприклад у Чехії та Швейцарії.

3. На сьогодні Національний банк України та Верховна рада України обіцяють врегулювати питання обігу біткоїнів. У більшості країн Європейського союзу біткоїн визнано легальним платіжним засобом.

4. У США біткоїн - це віртуальна валюта, а в Канаді в них навіть отримують зарплату.

До негативних сторін біткоїнів відносять:

1. Суворі обмеження щодо біткоїнів – у Китаї, Індонезії та Росії. Повністю заборонено видобуток біткоїнів у Таїланді, В'єтнамі та Болівії.

2. Анонімність у купівлі біткоїна приваблює терористів і торговців зброєю. Деякі підрозділи ІД навіть приймають пожертвування у вигляді біткоїнів.

3. Хакери навчилися паразитувати на чужих комп'ютерах заради біткоїнів. Заражають їх майнінговими програмами, що зменшують потужність процесора.

4. Криптовалюту також використовують для шантажу. Так, у червні 2017 року за звільнення від вірусу WannaCry та Retya хакери вимагали викуп у біткоїнах.

Шанувальники системи вважають, що оскільки кількість біткоїнів обмежена, то це автоматично виключає можливість інфляції - знецінення валюти. Видобуток нерозподілених (Майнінг) біткоїнів неможливо обійти. Також складно зламати чужий гаманець, і неможливо повернути або витратити вдруге один і той самий біткоїн.

Система повністю прозора, але анонімна, тобто можна побачити, що за такою адресою була здійснена транзакція, але хто одержувач - не видно. Тому ця валюта така популярна серед користувачів "даркнета".

Також система відрізняється високою швидкістю переведення - біткоіни можна перевести куди завгодно і коли завгодно, все дійде за кілька хвилин.

**Порхачов М.О., студент  
Національний авіаційний університет**

### **КОРПОРАТИВНИЙ МАРКЕТИНГ В УПРАВЛІННІ ПРИВАТНОЇ ШКОЛИ ДЛЯ ЮРИДИЧНИЙ ОСІБ**

Корпоративний маркетинг – це форма організації маркетингового управління, за якого спільний маркетинговий відділ, виходячи з корпоративних інтересів, єдиної ринкової політики контролює всі напрями маркетингової діяльності (як на рівні корпорації, так і на рівні окремих підрозділів) і розробляє єдину стратегію й практику діяльності для забезпечення спільних взаємовигідних економічних інтересів.

Розвиток освіти в контексті ринкових відносин свідчить про те, що система освіти держави перетворилася у своєрідну економічну галузь – сферу освітніх послуг, під якою ми розуміємо систему соціальних інститутів, що задовольняють освітні потреби населення. Діяльність системи освіти як суб'єкта економічних відносин, у свою чергу, створює умови для формування ринку освітніх послуг – сукупності всіх існуючих і потенційних споживачів і виробників освітніх послуг.

Ринкові відносини, на основі яких здійснюється сьогодні функціонування та розвиток сфери освіти, мимоволі занурюють навчальні заклади в умови постійної мінливості, нестабільності оточення. Як відомо, кожний суб'єкт для успішної діяльності в умовах нестабільного зовнішнього середовища змушений вивчати характеристики цього середовища й постійно співвідносити свої потреби та можливості з мінливими запитами, потенціалами та ресурсами самого середовища.

Такі дії, по суті, являють собою маркетингову діяльність суб'єкта, яка породжується ринковими відносинами та стає необхідною умовою успішної та плідної діяльності системи освіти на сучасному етапі. Отже, цілкомочевидною є необхідність створення та використання в управлінні сучасними навчальними закладами концепції маркетингу особливого роду – освітнього маркетингу.

Освітній маркетинг – це вид діяльності управлінської підсистеми освітніх закладів, спрямований на виявлення, прогнозування та формування попиту на освітні послуги відповідної цільової групи споживачів та найбільш повне його задоволення засобами обміну між виробниками освітніх послуг та їх безпосередніми споживачами. Метою використання освітнього маркетингу в управлінні освітніми закладами є прагнення досягти узгодженості між потенціалом освітніх закладів як виробників освітніх послуг і потребами споживачів у цих послугах. Принцип узгодження діяльності суб'єктів

ринкових відносин покладено в основу маркетингового підходу в управлінні сучасними навчальними закладами.

Освітній маркетинг, як спеціальний розділ маркетингу послуг характеризується наступними особливостями:

а) наявністю маркетингу освітньої діяльності (дій з метою зовнішньої продажу освітніх послуг і поліпшення освітнього клімату всередині освітнього закладу);

б) використанням освіти як маркетингового кошти (освіта може застосовуватися для послуг і продуктів, щоб залучити клієнтів або зберегти їх).

Включення таких споживачів освітніх послуг, як фірми, підприємства, установи, органи управління, дозволяє охопити інші важливі сегменти цього ринку, відкриваючи сектор послуг додаткової освіти. Дані групи споживачів формують досить організований попит на ринку освітніх послуг, є більш поінформованими, хоча б тому, що знаходяться на конкретному напрямку отримання цих послуг, що не вимагає такого широкого підходу до формування та аналізу інформації, характерного для дій окремих особистостей.

Можна виділяються наступні принципи освітнього маркетингу:

- зосередження ресурсів установи на виготовленні таких освітніх послугах, які реально необхідні споживачам в обраних установою сегментах ринку;

- розуміння якості освітніх послуг як міри задоволення потреби в них;

- розгляд потреб не у вузькому, а в широкому сенсі, в тому числі за рамками традиційних, відомих способів їх задоволення;

- безперервність збору і обробки інформації про кон'юнктуру ринку і його реакції;

- використання різних варіантів прогнозів, оцінок і рішень на мульти-факторної основі;

- комплексність, взаимов'язка конкретних проблем, а також способів і інструментів їх вирішення;

- оптимальне поєднання централізованих та децентралізованих методів управління - центр управлінських рішень переноситься можливо ближче до споживача;

- ситуаційне управління - прийняття рішень не тільки у встановлені терміни, а й у міру виникнення, виявлення нових проблем, змін ситуації.

Таким чином, потенціал маркетингу сьогодні повинен бути затребуваний не тільки в комерційному секторі, але і в освіті. Некомерційне зміст маркетингу більш глибоко, змістовно і функціонально, ніж комерційного, його використання веде до формування сприятливого іміджу як окремо взятого навчального закладу, так і освіти в цілому, до зростання державної підтримки, і до власних комерційним і суспільним успіхам установи.

**Науковий керівник: д.е.н., професор Касьянова Н.В.**

## **УПРАВЛІННЯ КРЕДИТНИМИ РИЗИКАМИ В БАНКІВСЬКІЙ СИСТЕМІ**

На теперішній час обсяги надання кредитних ресурсів в Україні значно знизились. Це пов'язано із низьким рівнем фінансового стану фізичних та юридичних осіб. На сьогодні постала проблема модернізації управління кредитними ризиками в банківській системі для того, щоб в подальшому стимулювати розвиток кредитування економіки країни.

У зв'язку із низьким рівнем фінансового стану великої кількості банків України, а також з метою впровадження європейського досвіду Національний Банк України запровадив певні заходи, що допоможуть стабілізувати розвиток банківської системи. Основним із цих заходів було запровадження нового нормативу максимального розміру кредитного ризику за операціями з пов'язаними з банком особами Н9. Окрім цього Національним Банком України було введено нові значення щодо мінімального розміру регулятивного капіталу банків: з 11 липня 2018 р. – 300 млн. грн., з 11 липня 2019 р. – 400 млн. грн., з 11 липня 2020 р. – 450 млн. грн., з 11 липня 2024 р. – 500 млн. грн. Але не зважаючи на введення нових змін в законодавство України, частина прострочених боргів українських банків зростає. Основними причинами стрімкого розвитку кредитних ризиків та послаблення кредитування економіки є: посилення інфляційних та девальваційних очікувань; недостатня кількість кредитних ресурсів через не розвинену внутрішню ресурсну базу та обмеження доступу до міжнародних ринків капіталу; недосконалість методів управління кредитними ризиками та механізмів повернення кредитів неплатоспроможними позичальниками.

До головних методів, якими здійснюється управління кредитними ризиками відносять: аналіз клієнтської бази, моніторинг ефективності кредитної діяльності, розрахунок рівня кредитних ризиків, методи щодо їх мінімізації. До процесу мінімізації ризику відносять управління якістю кредитного портфелю, диверсифікації кредитів та їх лімітування, створення резервів, страхування ризику. Усі вищезазначені процеси підпорядковуються чинному законодавству України, вимогам НБУ та здійснюються відповідно до кредитної політики банку.

Також до сучасних методів управління ризиками комерційних банків можна віднести централізацію управління ризиками, оцінку кредитного рейтингу контрагентів банку та ін.

Можна зробити висновок, що фінансовий стан банків України не покращується, незважаючи на зміни в законодавстві та введення нових нормативів щодо наближення до європейських стандартів. На сьогодні, ми можемо спостерігати як зростає частка простроченої заборгованості українських банків та зменшується кількість працюючих. Ці фактори

призвели до стримання розвитку економічного сектору нашої країни. Для того, щоб покращити ситуацію, потрібно розробити заходи щодо мінімізації кредитних ризиків з одночасним збільшенням депозитної та кредитної бази банків, покращення привабливості кредитних ресурсів та зменшення труднощів щодо їх отримання.

**Науковий керівник: д.е.н., професор Пілецька С.Т.**

**Посипайко Є. А., студентка  
Національний авіаційний університет**

### **ХАБОВА СТРАТЕГІЯ АЕРОПОРТІВ**

Відповідно до міжнародної практики вузловий аеропорт або хаб (англ. airline hub) – це аеропорт, який має високий відсоток (не менше 12%) стикувальних рейсів.

Згідно концепції хаб (від англ. hab-and-spoke) – це великий вузловий аеропорт, який характеризується великою часткою обслуговування трансферних пасажирів і (або) вантажів і пошти, широкою мережею маршрутів і наявністю великого базового аероперевізника або альянсом аероперевізників.

Трансфер формується не тільки на міжнародних напрямках при стикуванні міжнародних ліній, але і при польотах закордон (і назад) при забезпеченні стикувань у вузлових аеропортах, тобто стикування внутрішніх і міжнародних ліній. Даний показник зростає при наявності в міжнародних вузлових аеропортах базових авіакомпаній, що реалізують розклад, побудований за мережним принципом при трансферній схемі обслуговування в аеропорту. Принцип побудови маршрутної сітки на основі хабової моделі дозволяє сполучити між собою значно більше пар міст, ніж при використанні прямих маршрутів.

В стратегії розвитку хабів роль держави насамперед полягає в створенні необхідних умов для розвитку авіаперевезень, а реалізація наданих можливостей є прерогативою менеджменту авіакомпаній і аеропортів. Згідно стратегії розвитку аеропорти проводять реконструкції терміналів, збільшують кількість і якість аеродромної інфраструктури.

На сьогодні головною авіакомпанією країни, яка використовує хабову стратегію є Авіакомпанія «Міжнародні Авіалінії України». МАУ – галузеутворююча компанія України, використовує операційну модель мережевої низькотарифної авіакомпанії та спеціалізується на пасажирських і вантажних перевезеннях.

МАУ з'єднує Україну з 38-ма країнами, розташованими в Європі, Азії, Америці, Африці та на Близькому Сході. Виконує 1100 міжнародних і



внутрішніх рейсів щотижня та забезпечує стикування з маршрутами авіакомпаній-партнерів до більш ніж 3-х тисяч міст світу.

Базовим аеропортом є Міжнародний аеропорт «Бориспіль». Він став найбільшим регіональним хабом Східної Європи, щороку обслуговуючи близько 45 млн пасажирів, що сягає 30%.



Рис. 1. Схема пересадок транзитом через Міжнародний аеропорт «Бориспіль»

**Науковий керівник: к.е.н., доцент Вовк О. М.**

**Рак А.В., студентка  
Національний авіаційний університет**

### **МЕТОДИЧНЕ ЗАБЕЗПЕЧЕННЯ РОЗРОБКИ ІНВЕСТИЦІЙНОЇ СТРАТЕГІЇ ТРАНСПОРТНОГО ПІДПРИЄМСТВА**

В умовах вільної конкуренції стійкий розвиток, відновлення та зростання економічного потенціалу залежить від здатності підприємств знаходити напрямки ефективного вкладання власних коштів і залучати зовнішніх інвесторів, що зумовлює стратегічну значущість інвестування. Низька конкурентноздатність підприємств транспортної галузі і невисокі темпи розвитку підприємств цієї галузі за останні роки є найважливішими передумовами вдосконалення управління інвестиційною діяльністю на транспортних підприємствах України. Тому інвестиційна діяльність транспортного підприємства повинна ґрунтуватися на деякій стратегії, яка формує напрямки та довгострокові цілі цієї діяльності, визначає найбільш ефективні шляхи їх досягнення, а також способи формування і розподілу ресурсів, що складає сутність інвестиційного потенціалу. Зважаючи на те, що реалізація інвестиційної стратегії повинна сприяти зростанню ринкової вартості підприємства, при її формуванні необхідно забезпечити: її підпорядкованість цілям загальної і конкурентної стратегій; чіткість позицій менеджменту у сфері залучення інвестиційних ресурсів, яка б, з одного боку, розширювала ресурсні можливості підприємства, а з іншого – мінімізувала їх вартість; збалансованість інвестиційних заходів за функціями і сферами управління, що спрямовуватиме менеджмент на пріоритетний відбір тих проєктів, які забезпечуватимуть поліпшення стану бізнес-системи і підвищення її здатності до використання ринкових можливостей.

Стратегічне планування інвестицій необхідно розглядати як механізм розробки інвестиційної стратегії транспортного підприємства. Під стратегічним планом розуміється розгорнутий в часі, збалансований по ресурсах перелік стратегічних заходів. Під інвестиційною стратегією підприємства розуміється визначення в стратегічному плані основних інвестиційних цілей і завдань підприємства та розподілу ресурсів, необхідних для досягнення цих стратегічних цілей. Для розробки стратегії інвестування на основі методу портфельного аналізу підприємству, на наш погляд, необхідно: розробити систему показників, які є базовими для побудови матриці стратегії інвестування; визначити та розмежувати стратегічні зони інвестування, тобто провести сегментацію інвестиційного ринку; визначити належність кожного об'єкту інвестування до стратегічної зони інвестування та стратегію інвестування для кожної стратегічної зони. Отже, процес формування інвестиційної стратегії має здійснюватись на основі усебічного аналізу внутрішнього і зовнішнього бізнес-контексту підприємства.

**Науковий керівник: к.е.н., доцент Вовк О.М.**

**Рибак О.М., к. е. н, доцент**

**Беланова Ю.В., студентка**

**Національний авіаційний університет**

### **СТИМУЛЮВАННЯ ДІЯЛЬНОСТІ КОРПОРАЦІЙ НА ФОНДОВОМУ РИНКУ УКРАЇНИ**

Структура ринку фінансових послуг України, в якій переважають банківські послуги зумовлює необхідність стимулювання діяльності на фондовому ринку за рахунок депозитних корпорацій. Сьогодні фондовий ринок України перебуває в стадії трансформації та адаптації до сучасних умов господарювання та загальносвітових тенденцій. Стрімкі зміни, глобалізація та інформатизація когнітивної економіки призвели до невідповідності традиційних умов ринку сучасним тенденціям, тому проблеми стимулювання його адаптації є актуальними та містять елемент новизни.

Аналізуючи український фондовий ринок можна сказати, що за структурою кількості торгів та в розрізі фінансових інструментів фактично він є ринком державних облігацій, акції в основному торгуються на позабіржовому ринку. Тому фондовий ринок України не відповідає певним правилам і стандартам. Вільному переливу капіталу заважає ціла низка проблем та обмежень серед яких, на нашу думку, основними є : недостатність достовірної інформації про ринок цінних паперів; високий рівень інфляції; значний рівень криміналізації; високий ступінь ризиків; низький рівень розвитку ринків; недосконалість нормативно-правової бази; недостатній

рівень довіри інвесторів, яка зумовлена нестабільністю і низькою ліквідністю ринку; вузький сегмент біржової торгівлі у порівнянні з позабіржовим; значний рівень спекулятивності ринку; відсутність кримінальної та адміністративної відповідальності у випадках порушень прав акціонерів; повільна реакція ринку на трансформаційні процеси та кризові явища в економіці та ін.

Вищезначені проблеми гальмують розвиток фінансового сектору та порушують механізм міграції капіталу суб'єктів господарювання. З метою вирішення вищезначених проблем варто запропонувати наступні заходи стимулювання діяльності корпорацій на фондовому ринку України: впровадження удосконаленого механізму захисту інвесторів; створення спеціалізованих судів, що розглядатимуть корпоративні суперечки; організація вільного виходу на фондовий ринок України; удосконалення системи розкриття інформації на ринку цінних паперів; адаптація української системи надання інформації до європейських вимог; удосконалення системи кримінальної та адміністративної відповідальності, щодо використання інсайдерської інформації під час здійснення операцій з цінними паперами; оптимізація системи розповсюдження та передачі інформації з метою усунення інформаційних бар'єрів та потоків дезінформації.

Запропоновані заходи нададуть можливість усунути дисбаланс на фондовому ринку України та створять істотний поштовх для розвитку та залучення інвестицій корпорацій.

**Рибак О.М., к. е. н, доцент**

**Гулаткан Т.Ю., студентка**

**Національний авіаційний університет**

## **ПИТАННЯ ЗАЛУЧЕННЯ КОШТІВ ДЕПОЗИТНИМИ КОРПОРАЦІЯМИ УКРАЇНИ**

Сучасні тенденції розвитку світового ринку та його трансформація під впливом когнітивної економіки та кризових явищ, зумовлюють необхідність актуалізації питань впливу фінансових процесів на реальний сектор економіки.

За даними НБУ спостерігається високий рівень непрацюючих кредитів, за якого банки не готові брати на себе нові кредитні ризики, оскільки вони не впевнені в належному захисті своїх прав у відносинах із позичальниками. А позичальники в свою чергу, не можуть дозволити собі отримання таких кредитів через завищені відсотки. При цьому виникає дисбаланс який потрібно коригувати.

Рішення банків про кредитування залежить, перш за все, від кредитної політики Уряду, резервів депозитних корпорацій, їх здатності акумулювати капітал та попиту з боку реального сектора, що в свою чергу залежатиме від

вартості кредитних ресурсів. Тому, при вивченні опитувань респондентів про умови залучення коштів депозитними корпораціями було з'ясовано, що ситуація в державі є досить не стабільною з обох сторін депозитних відносин. Банківські установи не надають максимально сприятливих умов для вкладників. А вкладники, у свою чергу, за умов низького рівня доходів, невисокої прибутковості депозитних вкладів та тотальної недовіри до фінансово – кредитних установ не поспішають збільшувати ресурси депозитних корпорацій.

Допомогою у вирішенні цих питань може стати: удосконалення нормативно-правового законодавства, налагодження моніторингу фінансових установ, шляхом введення стандартів стрес-тестування, підвищення вимог до обов'язкового резервування, системної перевірки відносин із взаємопов'язаними особами, впровадження додаткового резервування та використання буферного капіталу для проблемних кредитів з метою забезпечення додаткового страхування депозитів. У свою чергу, інформацію про платоспроможність та стан справ позичальників необхідно зробити більш відкритою та доступною, шляхом створення спеціальної бази даних, що відповідатиме загальносвітовим нормам та нормативам ведення кредитних історій учасників кредитного процесу.

Запропоновані заходи, на нашу думку, допоможуть стабілізувати ситуацію у фінансовому секторі, нададуть додаткові можливості для розвитку таких стратегічно важливих для України секторів економіки, як металургія, машинобудування, добувна промисловість, транспорт, сільське господарство, підвищать потенціал реального сектору, що дозволить підняти рівень економічного розвитку, стабілізувати платіжний баланс держави та врегулювати питання зовнішніх заборгованостей.

**Рибак О.М., к. е. н., доцент**  
**Петрусенко Л.О., студентка**  
**Національний авіаційний університет**

### **ЕФЕКТИВНІСТЬ ВИКОРИСТАННЯ ОСНОВНИХ ЗАСОБІВ НА КОРПОРАТИВНИХ ПІДПРИЄМСТВАХ**

Сучасний ринок міжнародних авіаційних перевезень представлений, в основному, корпоративними підприємствами. При цьому, питання ефективності використання основних засобів авіаційними корпораціями є достатньо актуальним та потребує додаткового вивчення. В сучасних умовах розвитку авіаційних перевезень рівень доходу авіатранспортної компанії на пряму залежить від технічного стану та структури її парку. Такі характеристики як безпечність, якість, економічність та технологічність безпосередньо впливають на процес перевезення шляхом формування

тарифної політики авіакомпанії, визначають рівень її конкурентоспроможності, створюють позитивний імідж серед клієнтів та ін.

Нині загальна кількість перевезених вантажів та пасажирів авіаційним транспортом зростає, що зумовлене глобалізацією ринків та трансформацією суспільства в рамках якої відбувається формування додаткової потреби у швидких переміщеннях. Традиційними перевагами авіаційного транспорту є швидкість доставки, використання оптимальних маршрутів та можливість обслуговувати найбільш віддалені регіони. Відомими українськими авіакомпаніями, що мають свідоцтво експлуатанта в Україні є: «Міжнародні авіалінії України», «Дніпроавіа», «Мотор-Січ», «Браво Ейрвейс», «Роза вітрів» та інші. Основною проблемою зазначених авіаперевізників є використання застарілої техніки. Літаки, що пройшли поверхневу модернізацію не здатні до польотів за суттєвою кількістю міжнародних маршрутів, що пов'язано з Кіотським протоколом, високим рівнем шуму, невідповідністю аеронавігаційних технологій сучасним вимогам пілотування. Працювати з такою технікою стає не просто не вигідно а і неможливо. Складності додають завищені тарифи за рахунок низької паливної ефективності, що в умовах розвитку Low-Cost перевезень зменшують обсяги діяльності українських авіакомпаній на ринку.

На нашу думку, з метою підвищення пасажиропотоків та вантажоперевезень, українських авіакомпаній варто рекомендувати: покращити техніко-технологічний рівень основних засобів українських авіакомпаній; залучити фінансування з метою оновлення аеронавігаційного обладнання; забезпечити безпеку польотів та екологічну безпеку авіації; спростити послуги бронювання квитків; впровадити систему Low-Cost перевезень на рівні українських авіакомпаній та ін. Зазначені заходи нададуть можливість підвищити ефективність авіаційних перевезень, встановити знижки і пільги на тарифи, що позитивно вплине на обсяги та динаміку ринку та надасть додаткові конкурентні переваги українським авіакомпаніям.

**Рибак О.М., к. е. н, доцент**

**Якімова І. Л., студентка**

**Національний авіаційний університет**

### **ВПЛИВ РІВНЯ ЖИТТЯ НАСЕЛЕННЯ НА АКТИВНІ ОПЕРАЦІЇ ДЕПОЗИТНИХ КОРПОРАЦІЙ УКРАЇНИ**

В сучасних умовах розвитку суспільства, трансформації економіки й індивідуалізації попиту та пропозиції тема фінансів домогосподарств є досить актуальною. Саме від економіки домогосподарств залежить добробут країни, рівень фінансової системи, потенційна можливість розвитку інших суб'єктів господарювання. На сьогоднішній день фінанси домогосподарств є не до кінця дослідженою темою. Хоча саме домогосподарства є основними

споживачами товарів, робіт, послуг на ринку, в тому числі і банківських, також вони є потужним джерелом залучення коштів з метою реалізації активних операцій депозитними корпораціями.

В Україні, згідно зі статистикою 2017 року, існує близько 15 млн. домогосподарств. З них найбільше знаходяться в Дніпропетровській, Харківській, Львівській областях та місті Київ. Станом на 1 січня 2018 року мінімальна заробітна плата, яка є основним доходом домогосподарств становить 3723 грн. На рівень доходів також впливає територіальне розміщення домогосподарств, соціальний статус, рівень фінансової грамотності та активності, інші фактори. Аналізуючи вищезазначені тенденції та враховуючи закордонний досвід стимулювання до заощаджень населення варто виділити наступні проблеми: високий рівень споживчих витрат населення, як наслідок – його низька інвестиційна спроможність; значний рівень безробіття; відсутність довіри населення до української фінансової системи; низька поінформованість домогосподарств на фоні значних потоків дезінформації; високий рівень інфляції та інфляційних очікувань; низький рівень розвитку небанківських фінансових установ; низький рівень розвитку фондового ринку України, як наслідок – відсутність реального доступу на нього капіталу домогосподарств та ін.

З метою визначення проаналізованих проблем варто запропонувати наступні заходи: стимулювання розвитку реального сектору економіки, шляхом реалізації глобальних інфраструктурних проєктів; трансформація системи підготовки та перепідготовки кадрів з урахуванням реалій сьогодення; інтеграція української системи надання фінансової інформації у загальноєвропейську з подальшим оприлюдненням адаптованої інформації серед населення; викриття та ліквідація каналів дезінформації шляхом впровадження комплексної системи її захисту та оприлюднення; впровадження системи нарахування та виплат інфляційних премій з метою нейтралізації інфляційних очікувань; створення умов для розвитку небанківського фінансового сектору, шляхом оптимізації системи його моніторингу; оптимізація процедури залучення та використання ресурсів домогосподарств шляхом спрощення системи роботи інвестиційних фондів України.

**Романченко К.Т., студентка  
Національний авіаційний університет**

### **ФАКТОРИ ВПЛИВУ НА ФОРМУВАННЯ ФІНАНСОВОГО РЕЗУЛЬТАТУ АВІАЦІЙНОГО ПІДПРИЄМСТВА**

В сьогоденнішніх умовах ринку в Україні головною метою є пошук нових форм і методів управління народногосподарською системою і її галузями. На авіаційному підприємстві особливого значення надають удосконаленню

системи обліку фінансових результатів. Оскільки підсумок роботи кожного авіаційного підприємства, його конкурентоспроможність залежать, як від якості продукції, так і від обсягів кінцевих витрат та одержаних доходів.

Втілення ефективного контролю за формуванням фінансового результату являється однією з важливих ланок системи управління виробництвом. Впровадження антизатратного комплексу господарювання зумовлює потребу в удосконаленні обліку виробничих витрат і оцінювання собівартості продукції.

Існуюча методика, щодо обрахунку фінансового результату, побудована на стандартизованій базі і не показує специфічності дій реальних обставин авіаційного підприємства на розмір доходів та витрат. Дослідження робіт іноземних і вітчизняних науковців та об'єктивація їх поглядів на сутність фінансових результатів надало змогу зробити висновок, що утворення фінансового результату є сполученням головних факторів одержання доходу в процесі господарської діяльності. А в законодавчих актах основна увага припадає на методику передбачення результатів діяльності визначивши різницю доходів і витрат, в той час, як їх склад регулюється національними положеннями.

Тобто, фінансовий результат проявляється у двох напрямках: прибуток або збиток.

Прибуток є сума, на яку доходи перевищують пов'язані з ними витрати.

Збиток переважає суми витрат над сумою доходу, основною ціллю якого були здійснені саме ці витрати.

Саме ціна є провідним фактором формування фінансових результатів. На неї впливають внутрішні (мікроекономічні) та зовнішні (макроекономічні) чинників. Мікроекономічними чинниками ціноутворення є собівартість одиниці продукції та рівень її рентабельності. Для підприємства головним є мінімізація собівартості й покращення рівня рентабельності. Пониження рівня собівартості завжди раціональніше.

Але досягнення цього не має досягатися завдяки зниженню якості, наслідки можуть спричинити погіршення обсягу продажу. Основне завдання рівня рентабельності: мати достатню кількість фінансових ресурсів, також — не довести до глобального зростання ціни, це може мати негативний результат на реалізації.

Макроекономічними факторами є — попит і пропозиція. Проблематика контролю за ціною у співвідношенні внутрішніх чинників із зовнішніми. Значне зниження собівартості спрямоване на уникнення цінового ризику і рівень собівартості повинен бути таким, щоб при різкому падінні цін на ринку, підприємство отримало достатній прибуток, а при непередбачуваному зниженні, збитки були б мінімальними.

На собівартість впливають структурні й відповідні техніко-економічні фактори. Структурні фактори відображають складову структуру собівартості: ціну сировини, продуктів, матеріалів; палива та енергії; заробітна плата; вартість утримання й експлуатації обладнання; та інші. У техніко-економічні

фактори, входить: місткість витрат та їх вартість. Місткість визначається обсягом застосування сировини, енергії, заробітної плати та інших елементів. Вартісний фактор — зовнішній, оскільки зниження місткості витрат є головним чинником зменшення собівартості але, фірма обирає вигідніші угоди постачання.

Комплексні фактори зображають вплив деяких напрямів розвитку економіки на фінансові результати. Вони діють через окремі техніко-економічні фактори. До цього ж цей вплив здійснюється паралельно через кілька факторів, тобто має методичний характер. До комплексних факторів, відносять: технічне вдосконалення виробництва, покращенні ефективності, підвищення якості продукції.

Поліпшення якості продукції — великий комплексний чинником. Це потребує деяких витрат, так як може бути зростання собівартості та ціни. Але, головне, це сприяє зростанню обсягу продажів, адже в сучасних умовах ринку саме якість є головним фактором досягнення в реалізації продукції.

Отже, структура фінансових результатів обумовлюється великим колом факторів, які відображають усі аспекти фінансово-господарської діяльності авіаційного підприємства. В той час, як неможливо розділити ці фактори на головні та другорядні. Кожен може забезпечити високий рівень прибутку або спричинити суттєві збитки.

Перехід до ринкової економіки, пошук нових методів щодо вдосконалення ситуації на авіаційних підприємствах потребують нестандартних підходів до планування, нормування, стимулювання, обліку і контролю. Нинішня ситуація, потребує прийняття запобіжних заходів, щоб стабілізувати роботу підприємств цієї галузі.

Тому, розробляючи облікову політику, необхідно враховувати не тільки специфічні, а й загальногалузеві умови роботи авіаційних підприємств. Тобто, пошук раціональних та більш ефективних методів обліку формування та використання фінансових результатів, їх аналіз та організація внутрішньогосподарського контролю.

**Савчук Л.О., студентка**  
**Національний авіаційний університет**

### **ВИКОРИСТАННЯ КОШТІВ НА ВЕДЕННЯ ЕКОЛОГО-ЕКОНОМІЧНОЇ ДІЯЛЬНОСТІ АВІАТРАНСПОРТНИМИ ПІДПРИЄМСТВАМИ**

Сформована на сьогодні екологічна ситуація в Україні є кризовою. Причинами такої картини є порушенн об'єктивних законів розвитку і відтворення природних ресурсів країни, некероване їх використання, введення в дію екстенсивних ресурсомістких технологій, занижена екологічна свідомість населення. З врахуванням цього сучасний розвиток



економіки України потребує трансформації в якісно новий формат, враховуючи вплив діяльності людини на навколишнє природне середовище.

Всі організації, включаючи державні, змушені співпрацювати, щоб мати доступ до різноманітних джерел, що дозволять випускати екологічну продукцію. Особливою ознакою маркетингової діяльності у сучасних ринкових умовах під впливом екологічної ситуації, що склалася, є підвищення екологічної відповідальності організацій, розширення меж екологічної діяльності підприємств, використання по максимуму маловитратних технологій для вирішення проблем екології.

Багато українських дослідників визначають екологічний маркетинг як функцію управління, яка планує, організовує та націлює діяльність підприємств, пов'язану з оцінкою і перетворенням заявок споживачів в екологічно орієнтований попит на товари і послуги.

Діяльність авіатранспортних підприємств є однією з тих сфер господарювання, яка потребує і залучає кошти для вирішення екологічних завдань. Проте ці кошти часто витрачаються не за призначенням. Основною причиною цього, на нашу думку, являється нестача коштів для фінансування потреб поточної операційної діяльності. Розрахунок впливу цього фактора на використання отриманих коштів не за призначенням відбувається за результатами оцінки фінансового стану авіатранспортних підприємств.

Фінансовий стан - це одна з найважливіших характеристик виробничо-господарської діяльності підприємств. Під фінансовим станом підприємства розуміють рівень його забезпеченості відповідним обсягом фінансових ресурсів, необхідних для здійснення ефективної господарської діяльності та своєчасного здійснення грошових розрахунків за своїми зобов'язаннями.

Більша частина державних авіапідприємств показують задовільний фінансовий стан та є рентабельними, але можуть розраховувати на одне джерело фінансування їх розвитку – кошти Державного або місцевого бюджету. Якщо ж бюджетних коштів недостатньо, то діяльність авіапідприємств може бути припинена. Також джерелом фінансування поточної операційної діяльності можуть бути власні асигнування. Але інформація про зміну коефіцієнта фінансової незалежності аеропортів вказує на нестачу власних коштів та незадовільний стан операційної діяльності більшості аеропортів.

Недостатність коштів для фінансування операційної діяльності часто стає причиною нецільового використання коштів, які надано на фінансування розвитку аеропортів.

Низький рівень кредитування авіації обумовлений ризиком невикористання застави позичальника, якщо він стане некредитоспроможним, можливість використання банківських кредитів не за призначенням. Потреби операційної діяльності можуть бути задоволені за рахунок зменшення фінансування екології і соціальних заходів. Кошти, які виділяють на покращення екології, майже повністю витрачаються на інші цілі. Це свідчить про присутність ризику погіршення кредитної репутації

позичальників або повного припинення кредитування та вживання штрафних санкцій.

Ще одним джерелом фінансування операційної діяльності можуть стати приватні позики, гранти та надання коштів на безповоротній основі. В основному їх надають для реалізації соціально-корисних, переважно некомерційних проектів. За використання цих коштів немає достатньо пильного контролю, тому і ці кошти майже повністю використовуються в операційній діяльності.

За результатами проведеного дослідження можна визначити сутність і складові елементи організаційно-функціонального механізму контролю фінансування еколого-економічної діяльності авіапідприємств.

**Науковий керівник: ст. викладач Задерака Н.М.**

**Салько Я.М., студентка  
Національний авіаційний університет**

## **ПРОБЛЕМИ УПРАВЛІННЯ ДЕБІТОРСЬКОЮ ЗАБОРГОВАНІСТЮ**

Через нестабільну ситуацію в Україні страждають всі галузі економіки, що спричинило погіршення фінансового стану та розвитку нестабільності підприємств. В результаті таких проблем впливу є зниження ділової активності підприємств, їхня низька платоспроможність і це призводить до кризового стану господарюючих суб'єктів. І саме низька платоспроможність негативно вплинула на управління дебіторської заборгованості.

У процесі управління дебіторської заборгованості, варто виділити такі основні проблеми щодо управління серед яких особливої уваги потребують: нерациональна структура оборотних коштів погіршення показників ефективності підприємства; незваженість авансованої і бюджетної політики; неефективність кредитної політики підприємств; недостатньо зважена та ризикована політика формування дебіторської заборгованості, тому що дефіцит власних оборотних коштів вказує на фінансування діяльності за рахунок кредиторської заборгованості; несвоєчасності, неефективності та низької результативності інкасації дебіторської заборгованості, що свідчить про обсяг простроченої заборгованості та показує на неефективну систему управління дебіторською заборгованістю.

Щоб вирішити дані проблеми, потрібно провести аналіз для розкриття закономірності, які показують ризикованість та низьку ефективність управління дебіторською заборгованістю, також визначити необхідність подолання глобальної кризи неплатежів та поліпшення механізму управління нею.

Також потрібно раціонально розглянути механізм управління дебіторською заборгованістю в розрізі кредитної політики та інкасації

дебіторської заборгованості, тому що основною метою управління дебіторською заборгованістю є діаметрально протилежні і в той час взаємопов'язані системи завдань: маркетингові та фінансово-управлінські.

Таким чином, неефективне та несвоєчасне управління дебіторською заборгованістю призводить до дефіциту коштів і внаслідок ми отримуємо прострочену кредиторську заборгованість, нестачу товарно-матеріальних цінностей, зростають потреби у позиковому капіталі, і це в свою чергу, негативно впливає на платоспроможність, ліквідність та ділову активність підприємства. Для поглиблення одержаних висновків необхідно проаналізувати ефективність управління дебіторською заборгованістю, що й буде предметом подальших досліджень.

**Науковий керівник: асистент Ковтуненко В.М.**

**Сайко О.В., студент  
Національний авіаційний університет**

### **ОРЕНДА ЧИ ЛІЗИНГ?**

На сьогодні, велика кількість підприємств, не маючи власних активів, орендують. Досвідчені керівники, завжди перевіряють що буде їм вигідніше – брати в оренду певне майно, чи взяти у фінансовий лізинг. Об'єднує ці поняття те, що за все потрібно платити встановлену суму грошових коштів. Але, є певна різниця, на яку власник чи керівник завжди повинен звертати увагу.

Форма фінансових відносин між юридичними особами, при яких лізингодавець дає певне майно в тимчасове користування з подальшим викупом, називають фінансовим лізингом. Компанія, яка одержала це майно в користування, повинна протягом періоду, зазначеного у договорі, сплачувати щомісячні платежі. Після закінчення терміну договору, підприємство зобов'язане викупити у лізингодавця майно, яке було ним орендоване за залишковою вартістю. Але даний вид послуг не розповсюджується на передачу у лізинг земельних ділянок та природних об'єктів. Зазвичай, у більшості випадків договір лізингу підписується на досить тривалий період, який, проте, не може перевищувати строк корисного використання цього об'єкта.

Оренда, в свою чергу це передача в користування або тимчасове володіння зазначеного майна, за яку орендодавець зобов'язаний сплачувати орендні платежі. Термін оренди буває різним, починаючи від року і більше, після закінчення договору, орендодавець з орендарем самостійно вирішують продовжувати чи ні цю оренду. Якщо ж договір не продовжується, то майно автоматично повертається до користування орендодавця, яким він може

користатися в свій розсуд. Щодо оренди об'єктів, то на відміну від лізингу, може бути рухоме або нерухоме майно, а також земельні ділянки.

Відповідно, лізинг та оренда являють собою форму фінансових відносин між юридичними особами, при яких орендар (лізингодавець) передає орендарю (лізингоодержувачу) майно у тимчасове володіння та використання його у своїх цілях. Головною розбіжністю між поняттям «лізинг» та «оренда» є те, що після закінчення договору у лізингу об'єкту має бути обов'язково викуплений, а при оренді – повернутий власнику. До того ж, договір лізингу укладається на довгий період, в більшості випадків у одного об'єкта буває лише один лізингоодержувач, що не можна сказати про оренду.

**Науковий керівник: к.е.н., доцент Мокринська З.В.**

**Скрипніченко І.О., студент  
Національний авіаційний університет**

### **НЕОБАНКИ: ЗАРУБІЖНИЙ ДОСВІД**

Для останнього десятиріччя є характерним виникнення банків нового покоління, так званих необанків, які відрізняються від традиційних застосуванням нових технологічних платформ і здатністю створювати сучасні банківські продукти.

Необанкам властиве використання повністю цифрових структур і віддалена взаємодія з клієнтами; вони функціонують без фізичних відділів і використовують для здійснення послуг мобільні додатки і сайти. Переважна кількість необанків надає клієнтам аналогічний традиційним банкам список послуг – кредити, управління капіталом, депозити, але доволі часто використовуються і нові формати – краудфандигові платформи, фінансові роботи-консультанти, криптовалюти і т.і.

Перевагами необанків є збільшення швидкості обслуговування клієнтів, в порівнянні з традиційними, більш високі відсоткові ставки, нижчий рівень комісій, а в деяких випадках і взагалі їх відсутність.

До самих відомих банків Європи відносяться: 1) Atom Bank (Великобританія) – в портфелі послуг запланований консалтинг, видача кредитів, іпотек і оформлення депозитів; 2) Number26 (Німеччина) – послуги: грошові перекази, операції по рахунку, платежі, овердрафт; 3) Nemea (Мальта) – послуги: грошові перекази (власна платіжна система Nemea Instant Payment), операції по рахунку, платежі, ощадні і бізнес-рахунки, депозити, планується кредитування; 4) Fidor Bank (Німеччина) – послуги: смарт-аккаунт, з 25 функціями, серед яких грошові перекази (в тому числі на смартфон, електронну пошту, Twitter), операції по рахунку, мікрокредити, платежі, ощадні і бізнес-рахунки, кредитування, взаємне кредитування, страхування, біржові операції; 5) Saxo Bank (Данія) – відсутні

традиційні банківські послуги, спеціалізація на онлайн-інвестиціях на міжнародних ринках капіталу і надання клієнтам можливості торгівлі різноманітними фінансовими інструментами.

Необанки можуть функціонувати в двох формах: на основі власної банківської ліцензії або на базі одного із існуючих банків (в цьому випадку необанком купуються гуртовим способом послуги у фінансової організації, що предоставила ліцензію, і реалізуються вроздріб своїм клієнтам). Одержання власної ліцензії – достатньо дороговартісна і складна процедура, цим шляхом можуть діяти необанки в країнах з високим ступенем лібералізації фінансової галузі (прикладом може слугувати Великобританія з найбільшою кількістю необанків в Європі– 40 необанків).

В Україні уже є невеликий досвід створення необанків; головна перешкода для їх розвитку – існуючі проблеми законодавчого регулювання, що відрізняється надмірною консервативністю щодо нового виду банківського сервісу.

**Науковий керівник: к.е.н., доцент Гаврилко Т.О.**

**Сліпак І. Р., студентка  
Національний авіаційний університет**

### **ПРОЦЕСИ ЗЛИТТЯ ТА ПОГЛИНАННЯ У БАНКІВСЬКІЙ СФЕРІ УКРАЇНИ**

Банківська система, у зв'язку з кризою фінансового сектору України, стикнулася з необхідністю вирішити ряд важливих завдань: зміцнення вітчизняних банків, відновлення до них довіри з боку споживачів, підвищення інвестиційної привабливості банків. Ці проблеми можна вирішити шляхом консолідації банків. У світовій банківській практиці консолідаційні процеси активно використовуються як метод відбору найбільш ефективних та пристосованих до конкурентних умов банківських установ.

Згідно зі статтею 26 Закону України «Про банки і банківську діяльність», реорганізація банку здійснюється добровільно за рішенням його власників або примусово за рішенням Національного банку України. Під час злиття компанія, що поглинає, приймає активи та зобов'язання компанії, яку поглинають. Злиття відрізняється від консолідації, яка представляє собою об'єднання, в якому дві або декілька компаній утворюють абсолютно нову юридичну особу, що і продовжує працювати, а компанії, які об'єдналися, ліквідовуються.

Незважаючи на відмінності між термінами «злиття» і «консолідація», вони іноді замінюють один одного. Коли об'єднуються банки приблизно

однакового розміру, частіше застосовують термін «консолідація»; коли два банки значно відрізняються за розміром, більш доречним є термін «злиття».

Варто виділити такі основні переваги наслідків консолідації банків:

- зростання банків підвищує їх стабільність та конкурентоспроможність на ринку;
- збільшення обсягів діяльності дозволяє підвищити ефективність за рахунок використання ефекту економії від масштабу та диверсифікації ризиків;
- розширення клієнтської бази, що в свою чергу дозволяє зробити банк більш упізнаваним;
- додаткові фінансові ресурси дозволяють запроваджувати більше інновацій, підвищувати кваліфікацію персоналу, фінансувати систему стратегічного управління та контролінгу;
- великі банки позитивно впливають на стан реального сектору економіки, так як вони мають достатню ресурсну базу для фінансування оновлення основних фондів великого та середнього бізнесу.

Негативними наслідками консолідації можуть бути:

- монополізація банківського сектору через зменшення числа банків та зростання їх частки на ринку;
- можливе погіршення фінансових показників консолідованого банку;
- зниження ринкової вартості акцій;
- відсутній синергетичний ефект від консолідації;
- знижується рейтинг банківської установи на ринку банківських послуг.

В Україні ринок злиття та поглинання розвивався з початку 1990-х років і до сьогодні. У період з 1990 року до 1995 року ринок мав екстенсивний характер розвитку. З 1996 року почався період стабілізації та покращення роботи банківської системи України. Перші злиття та поглинання мали місце на початку 2000-х років і тривали до 2008 року, коли відбулася світова економічна криза. З 2008 року і до 2011 року на ринку злиттів та поглинань кількість угод значно зменшилась, консолідаційні процеси відбувалися з метою подолання негативних наслідків кризи. Сьогодні ринок злиттів і поглинань також перебуває у нестабільному стані, що пояснюється політичною та економічною ситуацією в країні.

2006-2007 роки характеризувалися великою кількістю угод злиття та поглинання. Основними чинниками, що вплинули на розвиток даних угод, були стрімкий розвиток ринку та високі відсоткові ставки. Однією з найбільших угод за цей період було приєднання Укрсоцбанку до UniCredit Group у 2007 році, вартість угоди становила 2,2 млрд доларів США.

2008-2009 роки характеризуються спадом на ринку банківських злиттів та поглинань у зв'язку зі світовою економічною кризою. Ряд іноземних банків прийняли рішення піти з ринку України через політичну та економічну нестабільність, високий рівень «тіньової економіки», великою частки у банківських портфелях сумнівної та безнадійної заборгованості споживчих кредитів.

З 2010 року спостерігається пожвавлення ринку банківських злиттів та поглинань. У період з 2010 по 2013 рік були укладені угоди між Банком Форум та Commerzbank вартістю 550 млн долларів США, ПУМБ та Донгорбанком, Swedbank та Дельта Банком.

Сьогодні, у зв'язку з економічною та політичною ситуацією в країні, зацікавленість іноземними інвесторами українськими банками є досить низькою.

Політична та економічна ситуація в Україні, загострення відносин з Росією зумовили погіршення стану банківської системи країни та зупинку розвитку консолідаційних процесів у банківському секторі. Ряд проектів, зокрема з іноземними інвестиціями, що були на фінальному етапі переговорів, відкладено на невизначений термін, що також погіршує загальну статистику розвитку процесів злиття та поглинання. Для прикладу, інвестиційна компанія Investment Capital Ukraine закрила угоду з придбання банку «Авангард», а «Терра банк» та «Правекс банк» змінили власників.

Науковці зазначають, що дана нестабільна ситуація в Україні може призвести до вимушених продажів компаній, змушуючи інвесторів виходити з певних ринків.

**Науковий керівник: ст. викладач Задерака Н. М.**

**Соловей Н.В., к.е.н., доцент  
Національний авіаційний університет**

## **АНАЛІТИКА ЕКОНОМІЧОЇ ЕФЕКТИВНОСТІ ПРОЕКТА**

До 1950-х рр. економічний аналіз інвестиційних проектів полягав в перевірці стійкості компанії на прогнозовані відтоки, тобто достатності засобів для покриття касових «розривів» і поліпшення стандартних фінансових показників ефективності (ROA, ROE, ROI). Головними критеріями оцінки виступали окупність (термін окупності) і ліквідність балансу, що відображає, по суті, кредитні ризики. Революційні зміни сталися в 1950-і - 1960-і рр. у зв'язку з усвідомленням обмеженості бухгалтерських (облікових) принципів аналізу ефективності діяльності компанії і введенням в оборот поняття вартості як приведеної оцінки майбутніх вигод. Висновок, що виходить з такої зміни в інвестиційній аналітиці компанії: не всяка окупність, не будь-який рівень прибутку і доходності задовольнять її власника.

Важливим індикатором економічної ефективності проекту стають нарошування вартості (при розгляді за ряд років) і перевищення необхідного рівня доходності, формованого на ринку капіталу з урахуванням інвестиційних ризиків, як критерій поточного моніторингу.

Розуміння цього положення і його залучення в аналізі дійсно призвели до значних змін в інвестиційному аналізі.

Загалом, еволюція проектного аналізу привела до ряду істотних коригувань:

- у формуванні грошових потоків проекту;
- в побудові критеріїв ефективності;
- в ролі аналітики;
- в принципах управління інвестиційною програмою.

Звернемо увагу на формування грошових потоків проекту. Передусім, питання виникають на етапі аналізу інвестиційного потоку - вони пов'язані з штучним виокремленням даного проекту з безперервної діяльності компанії. Виникають питання, чи слід враховувати раніше здійснені роботи (наприклад, по вивченню ринків, по створенню інфраструктури і т. п.) в інвестиційних витратах, або - якщо нова діяльність компанії реалізується на вже наявних виробничих площах і об'єктах інфраструктури, то чи слід враховувати вартість цих активів.

Отже, слід бачити проблему «зовнішніх ефектів». Вона вказує на важливий методологічний принцип розгляду проектів: аналізувати їх не ізольовано, а з урахуванням впливу один на одного. Хоча в ході інвестиційного аналізу проекту з безперервної діяльності компанії виділяють заходи по реалізації його цілей, це виділення досить умовно і тягне за собою багато небажаних дій. Деяким проектам притаманна властивість «комплементу», тобто - впливи на потоки інших проектів, включаючи потенційно доступні для компанії. Отже, для коректної оцінки ефективності такі «супутні ефекти» мають бути враховані.

**Соф'янівська Н.О., студентка  
Національний авіаційний університет**

### **ФОРМУВАННЯ КАДРОВОГО ПОТЕНЦІАЛУ НА ПІДПРИЄМСТВІ**

З розвитком ринкових відносин, глобалізації та демократизації суспільства, постійного прискорення поширення інформації та інформаційних технологій ключовим фактором на підприємствах виступає персонал та рівень інноваційного розвитку кадрової складової системи управління. На сьогоднішній день кадри підприємства виступають основним джерелом формування, нарощування та реалізації загального потенціалу підприємства, забезпечуючи ефективність розвитку підприємства в умовах інноваційної економіки. Головні завдання стратегії управління розвитком кадрового потенціалу підприємства спрямовують на забезпечення:

1. ефективної зайнятості на основі активної взаємодії соціальних партнерів;



2. привабливих умов трудової діяльності та соціальної захищеності працівників галузі;

3. соціальної та економічної мотивації підвищення професійної компетентності;

4. стимулювання трудової та інноваційної активності працівників підприємств (на основі кардинальної реструктуризації підприємств, підвищення продуктивності праці, запровадження інноваційних заходів);

5. безперервної професійного навчання та підготовки висококваліфікованих працівників відповідно до потреб підприємств.

Вивчення літературних джерел дозволяє виділити цілий ряд підходів, які використовуються в трактуванні та управлінні персоналом і кадровим потенціалом. Найбільш відомими серед них є:

- процесуальний (функціональний), коли управління розглядається як сукупність взаємопов'язаних дій (функцій);

- системний, що базується на використанні теорії систем в менеджменті;

- ситуаційний, який витікає із поняття ситуації як конкретного набору обставин, що впливають на організацію протягом певного часу.

- цільовий, що базується на орієнтації результатів діяльності на мету;

- комплексний, коли поряд з окремим робітником все більше уваги приділяється робочій групі та відносинам між її учасниками;

- кількісний, що полягає у переході від якісних оцінок до кількісних;

- адміністративний, який виражається через нормативні акти;

- динамічний, коли об'єкт управління розглядається у розвитку;

- інтеграційний, який направлений на дослідження та посилення можливостей;

- поведінковий, мета якого полягає у підвищенні ефективності роботи підприємства за рахунок підвищення ефективності його кадрового потенціалу.

В умовах, що склалися в Україні на нинішньому етапі її розвитку, проблема мотивації особистості набула важливого значення, оскільки вирішення задач, які стоять перед суспільством, можливе лише за умови створення належної мотиваційної основи, здатної спонукати персонал транспортних підприємств до ефективної діяльності. Мова йде про застосування таких форм і методів стимулювання особистості, які б сприяли високій результативності її роботи.

Основними складовими, що формують кадровий потенціал підприємства, є:

- оплачувана праця найманих працівників по створенню товарів (послуг), що реалізуються на ринку;

- створювана оплачуваною працею працівників інтелектуальна власність (секрети виробництва, технології, патенти і т. ін.), що відображається в балансі підприємства, але не призначена для продажу як товар;

- створювана працівниками підприємства, але не оплачувана і, відповідно, не відбивана в балансі інтелектуальна власність у вигляді бізнес-ідей, а також ділові зв'язки й особистий імідж співробітників;

- організаційна культура підприємства - унікальна для кожної організації сукупність формальних і неформальних норм або стандартів поведінки, яким підкоряються члени організації; структура влади та її компетентність; система винагород і способів їхнього розподілу; цінності, унікальні для даної організації; моделі комунікації; базисні переконання, що розділяються членами організації, які діють підсвідомо та визначають спосіб бачення себе й оточення.

Перераховані складові зумовлюють той факт, що саме кадровий потенціал характеризується найбільшою активністю та найменшою передбачуваністю розвитку порівняно з іншими елементами системи ресурсів підприємства. Люди не є пасивним об'єктом управління, вони активно змінюють себе, свої особистісні та професійні характеристики, ставлення до праці, керівництва та до підприємства взагалі.

Таким чином працівники впливають на процес прийняття рішень, які пов'язані з їх інтересами та змінюють вартість кадрового потенціалу в цілому та конкретного працівника. З іншого боку, працівник має право відмовитися від умов, на яких його збираються використовувати, обговорювати з керівництвом рівень винагороди за працю, навчатися іншим професіям, ухилятися від виконання обов'язків, звільнятися за власним бажанням і т. ін., що призводить до обмеженої керуваності станом даного ресурсу.

**Науковий керівник: к.е.н., доцент Вовк О.М.**

**Сторожук В.В., студентка  
Національний авіаційний університет**

## **МІСЦЕ ТНК В СУЧАСНОМУ МІЖНАРОДНОМУ БІЗНЕСІ**

Сучасні умови глобалізації та інтеграції економіки передбачають стрімкий розвиток міжнародного бізнесу у світі. Транснаціональні компанії є основою міжнародної діяльності, насамперед, це визначається широкою промисловою базою, а також активами, якими володіє (контролює) компанія шляхом залучення прямих іноземних інвестицій чи створення стратегічного альянсу з іноземними фірмами.

Позитивна сторона ТНК у сучасному міжнародному бізнесі полягає у зміцненні виробничої бази та залучених ресурсів, розширенні експортних можливостей щодо товарів та послуг. Окрім цього, транснаціональні компанії сприяють розвитку передової технології та інновацій, що допомагають здійснити більш поглиблений поділ праці між фахівцями у різних галузях промисловості.

Не менш важливим фактором, за яким можна визначити позитивний наслідок діяльності ТНК є посилення процесів інтернаціоналізації та глобалізації економіки. Саме завдяки цим процесам країни виходять на світовий рівень життя та здійснюють зовнішньоекономічну кооперацію.

З іншого боку, ТНК приносять негативний наслідок сучасному міжнародному бізнесі, це полягає в обмежених можливостях слаборозвинених країн приймати умови розвитку технологій з жорсткими лімітами на продаж. Також, ТНК впроваджують заходи щодо уникнення сплати податків через внутрішній перелив капіталу в країни з нижчим рівнем оподаткування. На сьогоднішній день, актуальною проблемою діяльності ТНК є встановлення штучних цін, що спричиняє погіршенню належного рівня управління країнами власною економікою.

ТНК визначає конкурентоспроможність окремих галузей країн та загальні риси сучасного міжнародного бізнесу, його майбутні перспективи, а тому процес розміщення за кордоном великої частини виробництва і чисельних філій, інтегрованих в єдину мережу просування товарів і послуг дає змогу транснаціональним компаніям використовувати різні ресурси багатьох країн.

Отже, розглянувши місце ТНК у сучасному міжнародному бізнесі, слід зазначити, що сфера їхньої діяльності слугує росту світової економіки, науки і техніки, виконанню інноваційних процесів та зменшенню розбіжностей у країнах у процесі виробництва товарів, робіт і послуг. Постійне зростання ТНК посилює інтерес міжнародного бізнесу до вивчення форм і особливостей управління їх глобальною діяльністю, що має значну різницю з національними компаніями.

**Науковий керівник: к.е.н., доцент Костюнік О.В.**

**Судак Н.В., студентка  
Національний авіаційний університет**

### **В ЧОМУ РІЗНИЦЯ МІЖ МАЛОЦІННИМИ НЕОБОРОТНИМИ МАТЕРІАЛЬНИМИ АКТИВАМИ ТА МАЛОЦІННИМИ ШВИДКОЗНОШУВАНИМИ ПРЕДМЕТАМИ**

Щоб правильно розмістити активи між МШП и МНМА варто звернути увагу на визначення цих понять, які надають діючі стандарти бухгалтерського обліку.

Малоцінні швидкозношувані предмети – це засоби праці, які очікуються використовуватись підприємством менше одного року. До МШП також відносяться ті засоби праці, які, використовуватимуться менше одного операційного циклу, якщо він перевищує один рік. Єдиним критерієм при віднесенні предметів до МШП – є термін та час який він нам служить. А ознака вартості під час класифікації МШП не відіграє ролі.

Здійснюючи класифікацію бухгалтер повинен звертати увагу не на фактичну, а на передбачувану (очікувану) тривалість використання даного матеріального активу. Це можна побачити звернувши увагу на визначення терміну «основні засоби». Матеріальні активи визнають основними засобами при умові, що період їх корисного використання, які вони очікують понад 1 рік (або операційний цикл, якщо він довший за рік).

Брати ініціативу в свої руки при встановленні терміну використання МШП від підприємства надто часто не потрібно. Адже призначній кількості активів, які зазвичай відносять до МШП, термін їх експлуатації встановлений нормативними документами (наприклад, для спеціального одягу і спеціального взуття). Але при умові, що нормативно не визначено такий термін, його дозволяється встановити самостійно. В той час очікуваний термін використання МШП встановлюється при їх оприбуткуванні на баланс і відображається в первинних документах.

При цьому, до МНМА відносяться предмети, термін корисного використання яких перевищує один рік (або операційний цикл, якщо він є довшим за рік), вартість яких погашають нарахуванням зносу за ставкою, яка встановлена підприємством. Також враховують очікуваний спосіб використання таких об'єктів, та інші предмети, які за ознаками вартості підприємство зараховує до складу МНМА.

В цій ситуації стають вагомими вже два критерії: передбачуваний термін корисного використання матеріальних цінностей та їх вартість. Також, зважаючи на термін експлуатації МНМА відокремлюють від інших запасів, в тому числі і МШП. А вже в залежності від вартості МНМА виділяються в окрему групу в складі основних засобів.

Термін корисного використання МНМА, який передбачається підприємство може встановлювати самостійно і повинно вказуватися в розпорядчому документі. Цей документ оформляється у випадку коли малоцінний об'єкт визнається активом. В цьому випадку діяти потрібно тільки в інтересах підприємства.

Критерій вартості для предметів, які є в складі МНМА можна вибрати на свій погляд.

Суму критерію малоцінності яку прийняли потрібно фіксують в наказі що до облікової політики підприємства. Для бухгалтера краще установлювати його на податковому рівні. Це дозволить більше поєднати податковий і бухгалтерський облік даних активів, тобто, це означає, мінімізувати кількість коригувань.

Отже, щоб правильно розподілити матеріальні цінності між МШП та МНМА для початку треба дізнатись скільки часу планується користуватись цим активом. Якщо виявиться, що він служитиме менше 1 року (або операційного циклу, якщо він довший за рік), то це МШП. В іншому випадку (при терміні служби довший за рік) даний актив вважається необоротним і тоді вже треба робити порівняння його вартості з критерієм вартості предметів, які мають в своєму складі МНМА, встановленим на підприємстві.

За умови, що об'єкт оцінюється вище рівня, який визначило підприємство, то актив зараховується до основних засобів, в протилежному випадку, тобто нижче або дорівнює - до МНМА.

**Науковий керівник: к.е.н., доцент Костюнік О. В.**

**Сухопер Я.І., студентка  
Національний авіаційний університет**

### **НЕОБХІДНІСТЬ ЗДІЙСНЕННЯ ІНВЕСТИВАННЯ В АВІАЦІЙНІ ПІДПРИЄМСТВА УКРАЇНИ**

Важливою складовою економіки є інвестування в підприємства авіаційної галузі. В Україні авіація представлена різними підприємствами, серед яких: аеродроми; аеропорти; підприємства приладо- і літакобудування та заводи, що оснащують бортовим устаткуванням та навігаційними приладами.

На сьогодні авіапідприємства потребують запуску інвестиційних процесів, інвестування з боку держави, посилення економічної відповідальності за ефективність виконання завдань, залучення оптимальних методів перерозподілу фінансових ресурсів та ін.

Завдяки інвестиціям в авіапідприємства можна вирішити безліч важливих завдань як на загальнодержавному, так і на міжнародному рівні. В Україні, на жаль, інвестування в авіаційну галузь знаходиться на досить низькому рівні порівняно з іншими державами через невизначеність, ризики і недостатню прозорість процесу.

Як відомо, інвестиції – вкладення різних ресурсів на довгостроковій основі задля отримання прибутку та розвитку того об'єкта, в який інвестується.

Інвестиціями можуть виступати: кошти; паї; рухоме та нерухоме майно; технологічні, комерційні, технічні знання; права користування землею та іншими ресурсами (будинки, обладнання, споруди); цільові банківські вклади; акції й інші цінні папери, крім векселів, та ін.

Серед домінуючих форм інвестицій в авіапідприємства слід виділити прямі іноземні інвестиції та інвестиції в основний капітал. Останні можуть здійснюватися з державного та місцевих бюджетів. Але на фінансування з боку держави розраховувати не доводиться, оскільки Україна на даний момент є залежною від міжнародних організацій.

Що стосується іноземних інвестицій, то вони представлені ресурсами міжнародних іноземних фірм та корпорацій. Іноземні компанії ретельно перевіряють всі показники підприємств, в які збираються інвестувати, тобто з'ясовують інвестиційну привабливість та визначають конкурентні переваги.

Якщо іноземна компанія дійсно хоче вкладати свої гроші в авіапідприємство, то вона ж і здійснюватиме контроль за процесом

управління вкладеними ресурсами. Спочатку інвестори озвучують стратегічні цілі підприємства, які потрібно досягнути за певний період часу, потім здійснюють контроль за реалізацією своєї стратегії і роблять оцінку ефективності роботи на кінець періоду.

Щоб знайти інвестора, треба визначити вид і розмір необхідних ресурсів, потім визначити вартість цих ресурсів й запропонувати інвестору план ефективного використання даних ресурсів та нарощування потенціалу підприємства (прибуток підприємства та дохід для інвестора).

На сьогодні питання пошуку інвесторів для підприємств авіаційної галузі є як ніколи актуальним. Ефективність інвестування залежить від виробничих потужностей авіаційного підприємства, кваліфікації працівників, проектного рішення та планування інвестиційного процесу.

Чим ефективніше працюють інвестиції в авіаційне підприємство, тим більше інвесторів будуть зацікавлені у вкладенні коштів у цю галузь й тим більше посиляться позиції даного сектора в національній економіці.

**Науковий керівник: ст. викладач Задерака Н.М.**

**Тітаренко А.Д., студентка  
Національний авіаційний університет**

## **ПРАВИЛА ОБЛІКУ ВИТРАТ НА ПРИДБАННЯ АВІАКВИТКІВ**

На сьогодні однією з найактуальніших тем у сфері обліку господарських операцій є тема відображення витрат на відрядження в цілому, та витрат на придбання електронних квитків у повітряному транспорті в тому числі.

Проблематика даного питання охоплює наступне:

а) як підтвердити понесені працівником витрати на електронний авіаквиток під час відрядження?

Ми звикли до паперових квитків, які є звітним документом зі всіма його обов'язковими реквізитами. Але як діяти, якщо це електронний документ?

Відповідно до п. 12 р. II Наказу Міністерства Фінансів України №59 від 13.03.1998р. «Про затвердження Інструкції про службові відрядження в межах України та за кордон», підставою для відшкодування витрат на придбання електронного авіаквитка є такий пакет документів: оригінал розрахункового або платіжного документа, що підтверджує здійснення розрахункової операції у готівковій чи безготівковій формі (платіжне доручення, розрахунковий чек, касовий чек, розрахункова квитанція, виписка з карткового рахунку, квитанція до прибуткового касового ордера); роздрук на папері частини електронного авіаквитка із вказаним маршрутом (маршрут/квитанція); оригінали відривної частини посадкових талонів пасажирів або роздрукований на паперовому носії електронний посадковий талон, отриманий у разі онлайн-реєстрації на авіарейс.

б) відображення у податковому та бухгалтерському обліку придбання електронного авіаквитка

Працівник, до закінчення п'ятого банківського дня, що настає за днем завершення відрядження, повинен подати до бухгалтерії авансовий звіт. Даний звіт разом із документами, що підтверджують придбання та використання електронного авіаквитка, є підставою для наявності права у платника податку на валові витрати та включення до податкового кредиту суми ПДВ.

*Таблиця 1*

**Облік витрат на придбання електронного авіаквитка**

№ п/п	Зміст операції	Бухгалтерський облік		Податковий облік	
		Д-т	К-т	ВД	ВВ
1.	Перераховано кошти авіакомпанії за безготівковим розрахунком Відображено податковий кредит з ПДВ	371	311	-	+
		641/П ДВ	644		
2.	Проведено зарахування передплати	685	371	-	-
3.	Вартість квитків, куплених за безготівковим розрахунком, списано на витрати	92	685	-	-
4.	Списано суму податкового кредиту з ПДВ	644	685	-	-

Отже, для підтвердження понесених витрат на придбання електронного авіаквитка, необхідно мати вищезазначений пакет документів. Якщо відряджувальна особа не надасть роботодавцю підтверджуючих документів, то такі витрати будуть відшкодовані працівнику як додаткове благо й обкладуться ПДФО.

**Науковий керівник: асистент Ковтуненко В.М.**

**Турова Л.Л., ст..викладач**

**Остапчук В., студентка**

**Національний авіаційний університет**

**ОБЛІК РОЗРАХУНКІВ З ПОСТАЧАЛЬНИКАМИ ТА ПІДРЯДНИКАМИ –  
ОСНОВОПОЛОЖЕНІ ПРИНЦИПИ**

На сьогоднішній день велика увага приділяється розрахункам з постачальниками та підрядниками. Це спричинено тим, що постійно відбувається кругообіг господарських засобів і це викликає безперервне

відновлення різноманітних розрахунків. Найбільш поширеним видом розрахунків якраз і є розрахунки з постачальниками і підрядниками за матеріали, товари, сировину та інші матеріальні цінності.

Розрахунки є дуже важливим інструментом регулювання економічних відносин між суб'єктами господарської діяльності. Облік розрахунків з постачальниками і підрядниками ведеться на рахунку 63 "Розрахунки з постачальниками та підрядниками". Цей рахунок активно-пасивний, він одночасно може мати два сальдо: за дебетом - сума дебіторської заборгованості, а за кредитом - кредиторської.

Усі розрахунки з постачальниками дублюються в картці постачальника бухгалтерією підприємства, де вказується номер і дата документів, на підставі яких буде проводитися розрахунок, а також суми по дебету і кредиті рахунку 63.

Оплата за надану продукцію (роботи, товари, послуги) здійснюється на підприємство через розрахунковий рахунок – платіжними дорученнями, наявними коштами через касу.

Аналітичний облік за кожним постачальником та підрядником ведеться окремо в розрізі кожного документа (рахунку) на сплату.

Основними завданнями обліку і контролю розрахунків з постачальниками та підрядниками є:

- повна і достовірна інформація про стан розрахунків з постачальниками та підрядниками;
- правильне документальне оформлення і законність операцій з грошовими коштами, розрахункових операцій, своєчасне та повне відображення їх в обліку;
- контроль за дотриманням встановлених правил розрахункових операцій;
- стягнення у встановлені терміни дебіторської і погашення кредиторської заборгованості;
- проведення інвентаризації дебіторської та кредиторської заборгованості

**Турова Л.Л., ст. викладач**  
**Національний авіаційний університет**

### **ВПРОВАДЖЕННЯ СИСТЕМИ УПРАВЛІНСЬКОГО ОБЛІКУ НА ПІДПРИЄМСТВАХ**

До цілей функціонування компаній належить отримання максимально можливого прибутку через розвиток та зростання, які передбачають впровадження нових видів продукції, нових технологій виробництва завоювання нових цільових ринків, вдосконалення системи просування



продукції, вдосконалення каналів збуту, опрацювання сучасних інформаційних та організаційних структур управління. Зазначені цілі вимагають застосування управлінського обліку в компаніях.

В Україні переорієнтація обліку з контрольних на управлінські функції проводиться повільно. Наразі у більшості вітчизняних компаній управлінський облік ще не являє собою комплексної системи збору, інтерпретації і аналізу інформації для прийняття рішень через відсутність методичної бази її формулювання.

Важливим напрямком є також створення і впровадження нетрадиційних систем одержання інформації про витрати, застосування нових підходів до калькулювання витрат і доходів при визначенні собівартості і фінансових результатів, методів контролю й аналізу.

Організація системи управлінського обліку включає реалізацію низки функцій, які в залежності від змісту інформаційних потоків що визначають конкретні функції, розподілять на 2 групи:

1. функції, щодо організації інформаційних потоків (розробка і/або впровадження систем обміну інформацією між різними структурними підрозділами компанії і надання інформації нагору, її аналіз, планування діяльності;
2. функції, що визначають зміст інформаційних потоків (координація діяльності підрозділів, або окремих співробітників, їх мотивація, контроль за виконанням планів.

Визначимо три етапи впровадження системи управлінського обліку:

1. Перший етап включає:
  - постановку мети,
  - планування і прогнозування,
  - формування інформаційної бази,
  - диференціацію витрат,
  - аналіз і контроль,
  - коригування планів.
2. Другий етап включає організацію системи управлінського обліку:
  - опрацювання набору підконтрольних показників,
  - розрахунок і аналіз основних показників у оперативному режимі,
  - організація інформаційного забезпечення,
  - виявлення неприпустимих відхилень та виявлення "вузьких місць".
3. Третій етап передбачає налагодження регулярних процедур оперативному режимі:
  - документування,
  - моніторинг,
  - інформаційне та економічне моделювання,
  - економічний аналіз.

Серед основних напрямів розвитку системи управлінського обліку слід розглядати наступні:

- перенос акценту від ретроспективного до перспективного аналізу та контролю;
  - підвищення оперативності реакції на зміни в оточенні та всередині підприємства;
  - оцінка витрат у різні часові періоди виробничого циклу;
  - перманентний аналіз (моніторинг) змін середовища;
  - опрацювання системи функціонування компанії у кризових ситуаціях.
- Отже, система управлінського обліку є унікальною для кожної компанії, принципи організація і методи функціонування якої є комерційною таємницею.

**Цейзар Є.А., студент  
Національний авіаційний університет**

## **ЕТАПИ СТРАТЕГІЧНОГО УПРАВЛІННЯ РОЗВИТКОМ ПІДПРИЄМСТВА**

Практичне розв'язання проблем, пов'язаних з необхідністю забезпечення існування підприємства не тільки сьогодні, але й у перспективі, залежить від ступеня освоєння методології і методів стратегічного управління розвитком. Стратегічне управління розвитком дозволяє досягти таких основних результатів:

1. створити системний потенціал для досягнення цілей організації.
2. структури організації та її внутрішніх змін, що забезпечують чутливість до змін зовнішнього середовища і відповідну адаптацію.

Основним принципом формування стратегії розвитку внутрішнього середовища є максимальне використання внутрішніх резервів організації і послідовне усунення слабких сторін, що є «вузьким місцем» на шляху досягнення цілей.

Формування стратегії економічного розвитку підприємства є складним процесом, який охоплює декілька етапів.

Етап 1. Інформаційне забезпечення стратегічного планування.

Етап 2. Визначення цілей організації.

Етап 3. Вибір методів аналізу факторів зовнішнього і внутрішнього середовища.

Етап 4. Оцінка і аналіз факторів внутрішнього середовища.

Етап 5. Оцінка і аналіз факторів зовнішнього середовища

Етап 6. Виконання проектних розрахунків, обґрунтувань.

Етап 7. Формування стратегічних альтернатив..

Етап 8. Вибір оптимальної стратегії та її оцінювання.

Доцільність формування стратегії та впровадження стратегічного управління у практику вітчизняних підприємств обумовлюється тим, що стратегія, відображаючи систему цінностей, погляди вищого керівництва підприємства, його бачення майбутнього, допомагатиме зорієнтувати

персонал у потрібному напрямку тощо. Сформована стратегія буде інструментом координації, який забезпечуватиме узгодження цілей. А для досягнення цілей стратегії у рамках визначених пріоритетних напрямів необхідно забезпечити ефективну взаємодію правового, організаційного, економічного та фінансового механізмів державного стимулювання розвитку.

**Науковий керівник: к.е.н., доцент Вовк О.М.**

**Чайковська Т.С., студентка  
Національний авіаційний університет**

### **РОЛЬ ОБЛІКОВОЇ ПОЛІТИКИ В ОРГАНІЗАЦІЇ ОБЛІКУ**

Кожне підприємство під час ведення своєї діяльності має за мету отримувати якомога кращі фінансові показники та фінансові результати. Які в свою чергу залежать від багатьох факторів, зокрема : від обраної сфери діяльності; методів виробництва; реалізації продукту. Також великий вплив мають правильно організований облік на підприємстві, а також раціонально побудована облікова політика підприємства .Згідно з Законом України "Про бухгалтерський облік і фінансову звітність в Україні" кожне підприємство може самостійно обирати форму організації обліку та визначати облікову політику. Отже, в момент створення підприємства, в першу чергу, необхідно приділити увагу саме вибору відповідної форми організації обліку, яка б відповідала діяльності саме вашого підприємства, а також її затвердження документально у наказі про облікову політику .В останньому відображаються методи ведення обліку визначені Положеннями (стандартами) бухгалтерського обліку (далі П(С)БО), які є обраними підприємством .

Можна сказати, що облікова політика це певна система принципів, методів і процедур,що використовуються для складання та подання фінансової звітності.

Підприємства ведуть бухгалтерський облік відповідно до норм чинного Законодавства та нормативно-правових актів, створених органами відповідальними за ведення обліку. Це дає можливість порівнювати облікову та звітну інформацію, забезпечує їх подібність не лише за формою, а й за змістом. Облікова політика складається із сукупності принципів, методів і процедур, які підприємство використовує у процесі обліку та складанні фінансової звітності. Тобто аналіз та порівняння введених і новостворених методів та поглядів, щодо побудови облікової політики підприємства є актуальними та відіграють важливу роль у раціональній організації бухгалтерського обліку.

Для того, щоб забезпечити достовірне і актуальне формування фінансових результатів підприємства , між керівником, який є відповідальним за організацію бухгалтерського обліку і побудову облікової політики, та

головним бухгалтером має бути тісний зв'язок, адже кожен із них має великий вплив на діяльність підприємства.

Отже, можна зробити висновок, що облікова політика це один із найважливіших моментів при створенні підприємства та організації бухгалтерського обліку, адже при правильній її побудові, підприємство буде забезпечене достовірними фінансовими показниками та їх відповідному розкритті у фінансовій звітності.

**Науковий керівник: ст. викладач Турова Л.Л.**

**Черних О.В., к.е.н., науковий співробітник  
Інститут економіки промисловості НАН України**

### **ФАКТОРИ ВПЛИВУ НА РІВЕНЬ ІНВЕСТИЦІЙНОЇ АКТИВНОСТІ ПІДПРИЄМСТВА**

Інвестиційна активність сучасних підприємств залежить від інвестиційного клімату в регіоні, який формують інвестиційний потенціал та інвестиційна привабливість галузей в цілому та підприємств зокрема. Саме на підприємствах реалізуються інвестиційні проекти, спрямовуються внутрішні та залучені кошти. Аналіз внутрішніх факторів, що впливають на інвестиційну привабливість підприємств, відображає фінансово-економічну результативність діяльності, дозволяє достовірно оцінити рівень їх інвестиційної активності.

1. Галузь підприємства (галузеві особливості).
2. Стабільність внутрішнього середовища підприємства.

Гарантія прав і свобод працівника, ступінь державного втручання в економіку підприємства, торговельна політика підприємства, його діяльність відповідно до чинного законодавства, розвиток комунікаційної мережі на підприємстві.

Форма власності, функціональна спрямованість діяльності підприємства, його розмір, стадія життєвого циклу, мета та стратегія розвитку.

Взаємодносини з органами державної влади, їх вплив на успіх реалізації певного інвестиційного проекту.

Власники підприємства (їх репутація у суспільстві, владних структурах і на ринку, кому належить контрольний пакет і великі пакети акцій). Наміри власників (прагнення зберегти контрольний пакет впливає на можливість залучення власного капіталу).

Розмір підприємства (диверсифікація діяльності зменшує ризики, що дозволяє ширше застосовувати позиковий капітал).

3. Виробничо-господарський потенціал.

Виробнича потужність підприємства, склад та знос устаткування, механізмів, нові технології, забезпеченість основними фондами.

Відповідність структури матеріально-технічної бази спеціалізації підприємства, ступінь зносу та оновлення основних фондів.

Вартість основних фондів, коефіцієнт зношення.

Достатня матеріально-технічна база, впровадження ресурсозберігаючих ефективних технологій.

Ступінь зносу основних виробничих засобів, обсяги незавершеного будівництва, розвиток будівельної бази.

Стан матеріально-технічного забезпечення, матеріаломісткість продукції, здатність ресурсного потенціалу швидко обертатись.

Виробничий потенціал підприємства є однією з ключових позицій його інвестиційної привабливості.

4. Інноваційний потенціал (інноваційно-інвестиційні проекти).

Рівень розвитку НДДКР, фінансування нових розробок та технологій,

Впровадження нових технологій, продуктів.

Інноваційні технології – рівень застосування на підприємствах інновацій та новітніх технологій.

Кадровий потенціал.

Чисельність трудових ресурсів, їх кваліфікація, компетентність, менеджмент підприємства.

Рівень кваліфікації персоналу, що обслуговує, відповідність чисельності та структури кадрів спеціалізації та розміру підприємства, рівень менеджменту, організаційна структура управління.

Рівень освіченості та кваліфікаційної підготовки робочої сили, активність профспілок на підприємстві, соціально-психологічний клімат на підприємстві, стилі та форми управління на підприємстві, продуктивність праці, рівень інтелектуального потенціалу підприємства.

6. Фінансовий потенціал.

Різноманітність фінансових ресурсів (власних, залучених, запозичених), здатність забезпечити надходження додаткових ресурсів у короткий строк.

Ефективність використання інвестиційних ресурсів.

Рівень інвестиційної привабливості підприємства.

Безпосередньо для оцінювання інвестиційного потенціалу об'єкта інвестування пріоритетне значення мають такі фінансові коефіцієнти та співвідношення: показники ліквідності (ліквідність активів); показники оборотності (оборотність активів); показники структури капіталу (фінансова стійкість) та показники прибутковості (прибутковість капіталу).

Наявність розроблених фінансових та інвестиційних стратегій.

Обсяг залучених інвестицій, їх реальна віддача у вигляді зростання прибутковості, кількості зайнятих.

Інвестиційний рейтинг підприємства (наприклад, у зарубіжних країнах: Dun&Bradstreet, Justicia, Varitas – США, SCRL - Франція, Graydon- Голландія, KSV – Австрія, Credit Reform – Німеччина, REUTERS, Dow Jones Telerate, Tenfore, DBC, Bloomberg) як об'єкта потенційного інвестування.

Думка кредиторів та рейтингових агентств щодо фінансової стійкості підприємства (кращий рейтинг дозволяє ширше використовувати позиковий капітал).

7. Внутрішні інвестиційні ризики підприємства, що пов'язані з його діяльністю: технічний ризик, фінансовий ризик, ризик учасників проекту, управлінський ризик, екологічний ризик, маркетинговий ризик.

**Щепіна Т.Т., к.е.н., доцент**  
**Національний авіаційний університет**

### **СТРАТЕГІЯ РОЗВИТКУ КОРПОРАТИВНОГО НЕДЕРЖАВНОГО ПЕНСІЙНОГО ФОНДУ НАЦІОНАЛЬНОГО БАНКУ УКРАЇНИ**

На сьогоднішній день вже не перший рік на політичній арені ведеться мова про пенсійну реформу, яка націлена на підвищення рівня життя пенсіонерів без значного обтяження податками працюючого населення. Основною ідеєю такої реформи є перехід від державного розподілу теперішніх відрахувань до пенсійного фонду працюючими громадянами до пенсійного страхування, коли кожен з працюючих відраховує певну суму на свій пенсійний рахунок, а потім, після виходу на пенсію, отримує ці кошти. Тому тема діяльності пенсійних фондів є як ніколи актуальною.

Яскравим прикладом вдалого функціонування недержавного пенсійного фонду у нашій країні є Корпоративний недержавний пенсійний фонд Національного банку України. Даний Пенсійний фонд є найбільшим в Україні недержавним пенсійним фондом, його учасниками є співробітники Національного банку України. Засновником його є сам НБУ, а учасники фонду окрім гарантованої державної пенсії отримують додаткову.

Історія Фонду розпочалася у Листопаді 2006 року. Цього ж року було прийнято статут і Пенсійну схему, утворено Раду Фонду, до якої входило 10 членів, делегованих НБУ. Перші виплати були здійснені 2008 року, 2009 року вони прийняли характер регулярних (періодичних).

2014 року інвестиційна політика Фонду змінилася. Було прийнято рішення про використання консервативної політики, отже на сьогодні кошти фонду інвестуються в лише в малоризикові активи, щоб зберегти вклади учасників Фонду за умови мінімального але надійного прибутку. Таке рішення пов'язане з тим, що одним із головних завдань Фонду є гарантування вкладів, отже, інвестувати у ризикові але високоприбуткові сфери він не може.

2015 року був створений такий орган контролю над інвестиціями, як Інвестиційний комітет з керівниками інвестиційного відділу, відділу адміністрування, головний бухгалтер, заступник директора та директор Департаменту з управління діяльністю КНПФ НБУ. Було здійснено перехід на міжнародні стандарти бухгалтерського обліку.

2016 року міжнародною аудиторською компанією великої четвірки було проведено перевірку діяльності Фонду. Впроваджено систему управління ризиками.

Стратегія розвитку КНПФ НБУ на 2017-2022 роки була затверджена 2017 року та ставить перед пенсійним фондом такі задачі:

- надання нових можливостей для учасників Фонду;
- отримання високого степеню довіри учасників;
- зростання вартості пенсійних активів;
- вдале управління ризиками;
- впровадження кращих практик.

Серед нових можливостей для членів КНПФ НБУ є створення кращих умов для користування технологічними перевагами, покращення надання послуг тощо. В майбутньому розглядається питання надання права бути членами КНПФ НБУ для родичів співробітників Фонду.

Для КНПФ важливою є довіра його учасників, тому діяльність фонду є прозорою та чесною. Кожен член фонду може слідкувати за станом свого рахунку он-лайн, звітність публікується на офіційному сайті. Успіхи та проблеми Фонду описуються у публікаціях на офіційному сайті НБУ. Клієнти отримують підтримку цілодобово за допомогою гарячої лінії. Побажання членів фонду враховуються в планах роботи та нововведеннях фонду.

Забезпечення надійного джерела пенсійних надходжень для співробітників НБУ (колишніх та теперішніх) було метою заснування КНПФ Національним банком України. Тож Фонд має на меті й надалі збільшувати вартість активів для довгострокового зростання та стабільності вкладів. Інвестиційна політика спрямована на підтримку та утримання від ризиків капіталовкладення Фонду.

В роботі фонду використовується система управління ризиками, заснована на міжнародному досвіді та виходячи з міжнародних практик захисту ІТ-даних.

Загальною метою роботи на сьогодні є впровадження світових практик та досвіду в сфері роботи та функціонування фонду, діяльності його у різних сферах, таких як аудит, оцінка активів, консалтинг. Діяльність фонду з кожним роком стає все прозорішою, звітність повнішою й доступнішою.

Отже можна зазначити, що досвід цього Фонду є взірцем для корпорацій, адже з переходом до недержавних пенсійних фондів, у ситуації значного зменшення працюючого населення по відношенню до населення пенсійного віку, і є майбутнє всієї Пенсійної системи України.

## **ІМПЛЕМЕНТАЦІЯ ВИМОГ ЄВРОПЕЙСЬКИХ ДИРЕКТИВ З КОРПОРАТИВНОГО УПРАВЛІННЯ У ВІТЧИЗНЯНЕ ЗАКОНОДАВСТВО**

На сьогоднішній день склалася ситуація, коли протягом тривалого періоду український фондовий ринок є нецікавим іноземним інвесторам та, відповідно, фінансово обмеженим. Усім зрозумілі причини такої слабкої зацікавленості, як і необхідність вживання певних заходів для підвищення залучення потенційних вкладників у вітчизняний бізнес. Сьогоднішня ситуація в корпоративному секторі нашої країни, який грає основну роль в національній економіці, недостатньо врегульована. Отже зрозумілою є необхідність створити такі умови його функціонування, які мінімізують вплив деструктивних чинників і посилять дії рушійних факторів розвитку.

Позитивною подією, яка може зрушити ситуацію з «мертвої точки», є підписання Закону України №2210-VIII «Про внесення змін до деяких законодавчих актів України щодо спрощення ведення бізнесу та залучення інвестицій емітентами цінних паперів». Цей документ впроваджує у вітчизняне законодавство вимоги, які є у європейських директивах, щодо корпоративного управління. Така імплементація європейських правил дозволить вдосконалити процеси управління спільною власністю у питаннях розподілу акціонерних товариств на публічні та приватні, емісії цінних паперів і розкриття інформації. Також ці зміни дозволять вдосконалити роботу органів управління акціонерними товариствами відповідно до світових стандартів.

Розглянемо основні зміни, які очікують корпоративний сектор у відповідності до вказаного документу.

По-перше, до цього часу товариства, до яких входило більше сотні акціонерів, були вимушені обов'язково називатися «публічними». Відтепер, відповідно до європейської практики, публічними будуть визнаватися лише ті компанії, які робили публічне розміщення своїх акцій та оприлюднили повідомлення про те, що до цього періоду була здійснена публічна пропозиція цінних паперів у порядку, встановленому НКЦПФР, а також ті емітенти, чий цінні папери станом на 01.01.2018 р. перебувають у лістингу фондової біржі. Усі ж інші акціонерні товариства будуть вважатися такими, що не здійснювали публічну пропозицію цінних паперів, і регулюватимуться відповідно до вимог Закону «Про акціонерні товариства», як приватні. Однак необхідно зазначити, що такі публічні товариства не стануть приватними у повному сенсі цього слова, а просто перейдуть на спрощений правовий режим у питаннях корпоративного управління власністю.

По-друге, зазначений документ дозволяє банківським установам існувати не лише у формі публічних акціонерних товариств, як це є сьогодні. Тепер



банки створюватимуться у формі або акціонерних товариств, або кооперативного банку. При цьому на них розповсюджуються такі ж вимоги до розкриття інформації, як і до публічних компаній, а також встановлено підвищенні вимоги з корпоративного управління, зокрема у питаннях формування та функціонування таких органів управління, як наглядова рада. Також закон прописує компетенції і мету діяльності наглядової ради та її комітетів.

По-третє, в ході нормативно-правового «перезавантаження» корпоративного сектору у відповідності до зазначеного закону відбудуватимуться зміни до вимог щодо розкриття інформації. Так для ПАТ і банківських установ обов'язковому оприлюдненню підлягають регулярна річна і квартальна інформація, інсайдерська інформація, особлива інформація, інформація про власників істотних пакетів акцій, починаючи з 5% та про кінцевих бенефіціарів тощо. Варто зазначити, що на сьогодні найбільша частина правопорушень, зафіксованих НКЦПФР, припадає саме на нерозкриття або неповне розкриття компаніями інформації про свою діяльність та відмову у наданні інформації інвестору..

З іншого боку для приватних акціонерних товариств та тих товариств, що не заявляли про здійснення публічної пропозиції цінних паперів, законом передбачається зменшення обсягу розкриття інформації, що дозволяє зберегти комерційну таємницю.

Зазначені зміни та нові вимоги щодо обсягів розкриття інформації вступили в силу з 01.01.2018 р., а з 01.01.2019 р. передбачено впровадження нових вимог щодо способів розкриття інформації. Також з початку 2019 року закон запроваджує новий вид діяльності на фондовому ринку – агент з розкриття інформації. Такі агенти матимуть можливість подавати регульовану інформацію емітентів цінних паперів до НКЦПФР, оприлюднювати інформацію від імені емітента акцій, розповсюджувати в режимі безперервного оновлення консолідовану інформацію про цінні папери та мати винагороду за проведення вказаних операцій.

Отже, у якості висновку можна сказати, що наша країна намагається імплементувати вимоги європейських директив у сподіванні на плідну співпрацю з іноземними інвесторами. Варто додати, що якщо держава буде забезпечена достатніми повноваженнями по контролю за дотриманням прав акціонерів, а інтереси бізнесу та інвесторів співпадутъ, то можна буде навіть у недалекій перспективі побачити перші реальні публічні розміщення цінних паперів українських компаній. Тобто з'явиться реальна можливість відродити інтерес до участі в капіталі не тільки серед громадян нашої країни, яким у майбутньому не доведеться шкодувати про набутий ними статус «акціонер», а і серед іноземних інвесторів, які мають достатню кількість вільних ресурсів.

## **ЗАЛУЧЕННЯ КОШТІВ ДЕПОЗИТНИМИ КОРПОРАЦІЯМИ**

Залучення коштів є важливою складовою для розвитку підприємства та здійснення різного типу операцій. Кредитування дає можливість саме сьогодні задовольнити власні бажання та потреби, розширити можливості, не відкладаючи на потім.

Кредитування на сьогоднішній день є достатньо популярним і має значну питому вагу на фінансовому ринку. Якщо кредитування розглядати в аспекті депозитної корпорації, то можна казати про достатньо розгалужений ряд кредитних послуг.

Самі депозитні корпорації - це фінансові корпорації, основною функцією яких є фінансове посередництво. Вони емітують зобов'язання у депозитній формі або використовують інші важелі для залучення фінансових ресурсів.

Якщо депозитним корпораціям своїх коштів не достатньо, вони починають їх залучати на фінансовому ринку. З цією метою найкраще використовувати депозити. Таким чином головним завданням депозитної корпорації є залучення вільних коштів у населення і потім, відповідно, надання їх у позику компаніям для фінансування бізнесу.

Отже із сказаного видно, що банк є типовою депозитною корпорацією і питання залучення депозитів є для кожної з банківських установ нагайним та таким, що гостро стоїть на ринку з високою конкуренцією. Необхідно зазначити, що для збільшення депозитної бази банку потрібно весь час проводити аналіз рівня обслуговування клієнтів, створення нових депозитних послуг, впровадження нових технологій ведення банківського бізнесу. Так як банків існує багато і вкладники мають вибір між різними умовами в різних банках, банку потрібно підштовхнути клієнта до вибору саме його послуги за допомогою цікавих умов і заохочень.

У банків починається свого роду гра по привабленню своїх вкладників, а точніше їх вільних коштів. Тут вони використовують різні методи, починаючи від оформлення депозиту прямо в телефонному режимі (телефонує співробітник банку, пропонує оформити депозит і за лічені хвилини у клієнта є депозит, а у банка - його кошти) до створення програмних комплексів, де є можливість перевіряти детальний розрахунок нарахованих вам відсотків. Також багато банків розміщують на своїх сайтах депозитні калькулятори, де клієнт з легкістю прорахує отримай дохід від вкладу, достатньо лише вказати суму й обрати період.

Депозитні корпорації, які залучають вільні кошти від фізичних осіб на невизначений строк, мають бути готові повернути ці кошти по першому запиту своїх вкладників. Саме тому депозитним корпораціям слід ретельніше вивчати показник ліквідності в контексті того що необхідно постійно мати

можливість такого повернення на першу вимогу своїх вкладників, враховуючи, що у депозитних корпораціях є можливість необмежено залучати кошти на вклади від фізичних осіб.

Отже, з огляду на сьогоднішню діяльність банків та інших депозитних корпорацій, можна сказати, що вони знаходять на етапі загострення конкуренції та посилення вимог до їх діяльності. Це означає що кожен банк має проаналізувати свою ліквідність, та провести активні дії по залученню клієнтів. Сама ж депозитна діяльність банку на ринку фінансових послуг має задовольняти бажання клієнтів. Банківські установи повинні весь час удосконалювати свої послуги, рушійним механізмом для такого вдосконалення є конкуренти, а також самі клієнти, адже для їх залучення банку потрібно весь час покращуватися й створювати нові види депозитних програм.

**Щиголь І.В., студентка  
Національний авіаційний університет**

### **ЗАХОДИ З ПІДВИЩЕННЯ ЕФЕКТИВНОСТІ ВИКОРИСТАННЯ ОСНОВНИХ ЗАСОБІВ ПІДПРИЄМСТВА**

Підвищення ефективності використання основних засобів підприємств є одним з основних питань у період переходу до ринкових відносин. Від вирішення цієї проблеми залежить фінансовий стан підприємства, конкурентоспроможність його продукції на ринку.

Ефективність використання основних засобів та їх вплив на кінцеві результати виробництва значно залежать від характеру руху цих активів як авансованої вартості в умовах конкретного підприємства, а також від їх фізичного стану. Кількісно характер руху основних засобів визначається за допомогою низки показників. Найважливішим серед них є коефіцієнт (швидкість) обороту, що визначається як відношення річної суми амортизації основних засобів до їх середньорічної вартості або період обороту як зворотне співвідношення цих величин. Про стан основних виробничих фондів можна судити з двох показників: коефіцієнта зношення і коефіцієнта придатності.

Для більш ефективного використання основних засобів підприємство може прийняти наступні заходи:

- Введення в дію не встановленого обладнання, заміна і модернізація його;
- Скорочення простоїв. Усунення даного недоліку може бути досягнуте шляхом введення прогресивних організаційних і технологічних заходів.
- Підвищення коефіцієнта змінності, яке може бути досягнуте застосуванням оптимального графіка роботи підприємства, включаючи ефективний план проведення ремонтних і налагоджувальних робіт.

- Більш інтенсивне використання обладнання.
- Впровадження заходів НТП.
- Підвищення кваліфікації робочого персоналу, яке забезпечує більш ефективне і дбайливе поводження з обладнанням.
- Економічне стимулювання основних і допоміжних робітників,
- Проведення підвищення кваліфікації робітників.

Важливим напрямком поліпшення використання виробничих ресурсів є встановлення оптимального співвідношення між основними й оборотними активами з урахуванням виробничого напряму підприємств, ступеня розвитку головної галузі і досягнутого ними рівня фондооснащеності основними засобами.

**Науковий керівник: к.е.н., доцент Вовк О.М.**

**Янчук М.Б., д.е.н., доцент**

**Ковтун О.Ю., студентка**

**Національний авіаційний університет**

## **СУТНІСТЬ КОРПОРАТИВНОГО ЗЛИТТЯ В ГАЛУЗІ АВІАПЕРЕВЕЗЕНЬ**

Корпоративне злиття авіакомпаній відбувається відповідно до змін у динаміці економічних умов функціонування авіаційної промисловості. Швидко зростаючий останнім часом ринок авіаперевезень значно впливає і на розвиток авіаційної промисловості, так як породжує попит на сучасну надійну техніку і комплектуючі. У той же час міжнародна авіація зазнає змін, оскільки міжнародні ринки поступово дерегулюються, тобто скорочується їх державне регулювання при цьому корпоративні злиття вважаються ефективною реакцією до дерегуляції. Деретуляція авіаційної галузі також призвела до збільшення дешевих авіакомпаній, тому дані процеси тісно пов'язані з розвитком конкуренції на локальних ринках і в доступному для огляду майбутньому можуть змусити авіаперевізників не тільки фундаментально переглянути ціноутворення, а й задуматися про якість послуг, що надаються в цілому.

Міжнародна асоціація авіатранспорту (IATA) вважає, що консолідація в сфері авіаперевезень необхідна, так як на даний момент світовий ринок перенасичений авіакомпаніями, а саме: існують сотні, десятки сотень як низькобюджетних перевізників, так і чартерних і державних. В цих умовах в якості головної мети корпоративного злиття є бажання знизити паливні та експлуатаційні витрати, а також оптимізувати і урізноманітнити мережу маршрутів, збільшити пасажиропотік і, як наслідок, власний прибуток.

Потрібно відмітити, що останнім часом спостерігається стійка тенденція до мирного злиття авіакомпаній. Як яскравий історичний приклад можна привести авіакомпанію AirFranceKLM, яка була утворена в 2004 р шляхом

злиття французької AirFrance і голландськоїKLM. Обидві компанії мають загальновідомий світовий бренд і вже багато десятиліть користуються довірою своїх клієнтів, можна навіть сказати, що ці авіакомпанії давно стали частинкою історії своїх рідних країн. В результаті злиття Уряд Франції тепер володіє і контролює 54,4 відсотка акцій нової об'єднаної авіакомпанії. В результаті угоди до кінця 2004 року Air France-KLM стала найбільшою в світі авіакомпанією за обсягом виручки і першою за пасажиропотоком в Єврозоні.

Інший приклад - концерн LufthansaGroup, ядром якої є одна з найбільших авіакомпаній у світі - німецька Lufthansa. Компанія послідовно нарощувала на світовому авіаринку свою частку за рахунок купівлі авіакомпаній різних розмірів, у більшості випадків - національних. Основу концерну складають швейцарська SwissAirlines, австрійська AustrianAirlines, британська BritishMidland (BMI), Germanwings, а також пакети акцій бельгійської BrusselsAirlines,JetBlue і SunExpress.

Відмітимо, що транспортні оператори мають складну мережу (великі аеропорти, які з'єднують багато напрямків), у той час як недорогі перевізники "від точки-до точки" є невеликими компаніями, на яких зосереджені конкретні прибуткові маршрути. Основними прикладами мережеских носіїв є британські Airways (Великобританія), Lufthansa, Air France-KLM тощо. Недорогі перевізники мають змогу завоювати частку ринку завдяки тому, що відомі авіакомпанії купляють їх для адаптування дешевої бізнес-моделі. Так Lufthansa має інвестиційну частку в американських недорогих перевізниках JetBlue Airways. Інший приклад - AirFrance KLM, що придбає недорогого авіакомпанію VLM для коротких маршрутів до Лондона.

Корпоративні злиття розглядаються в якості засобу створення внутрішніх маршрутів та скорочення витрат авіакомпаній. А злиття глобальних авіакомпаній може призвести до створення міжнародних маршрутів з внутрішніми маршрутними мережами, що забезпечуватиме зниження вартості надання міжнародних перевізних послуг, при цьому злиття двох перехресних мереж має величезний потенціал та високу конкурентну спроможність. Так, двосторонні партнерські авіакомпанії та стратегічні альянси зуміли подолати певні регуляторні обмеження і це призвело до існування трьох основних альянсів - StarAlliance, Oneworld і SkyTeam, які складають 70 відсотків від міжнародного планового трафіку.

Прикладом встановлення корпоративного контролю однієї компанії над іншою може служити угода злиття найбільшої німецької авіакомпанії Lufthansa і британського авіаперевізника BMI, в результаті якої Lufthansa придбає 50% акцій BMI. До здійснення угоди Lufthansa вже володіла пакетом в 30% мінус одна акція британської авіакомпанії. Об'єднання двох компаній у формі злиття відбулося з метою збільшення числа рейсів, виконуваних з лондонського аеропорту Хітроу. В результаті угоди Lufthansa за кількістю рейсів буде поступатися лише найбільшому британському авіаперевіснику British Airways.

У 2008 році DeltaAirlines та NorthwestAirlines злилися, щоб створити найбільшу авіакомпанію світу, яка на момент злиття мала назву DeltaAirlines. До початку злиття компанія Delta стала третьою за величиною перевізником у світі, а NorthwestAirlines п'ята за величиною, але об'єднана компанія була більшою заAmericanAirlines, колишній найбільший перевізник. Новий глобальний гігант мав більше 800 реактивних літаків, 6400 щоденних рейсів і близько 32 млрд. дол.

Отже, можна зробити висновок, що корпоративне злиття авіакомпаній призводить до створення нових сильних авіакомпаній, які є досить конкурентоспроможними, а також призводить до створення більшої кількості доступних для клієнтів авіаційних напрямків. При цьому з точки зору управління корпоративне злиття авіакомпаній дозволяє залучати додаткові інвестиції, знижувати витрати і забезпечувати акціонерів компанії прибутком.

**Cersosimo Francesco**  
**Philosophiae doctor**  
**Università di Bologna, Itali**

#### **USE OF IN-MEMORY COMPUTING TECHNOLOGY FOR OBTAINING COMPETITIVE ADVANTAGES IN THE INFORMATION ECONOMY**

The development of technologies changes the existing ways of doing business. Today, in order to successfully operate in this or that industry, modern solutions are required that allow you to quickly adapt to the transformation of the market situation.

Traditionally, researchers distinguish three stages of development of society: agrarian, industrial and post-industrial. At each stage there is a determining factor of economic development (agrarian - agriculture, industrial - industrial production, postindustrial - information). Leading economies of the world either have already entered the stage of the postindustrial formation, or are actively trying to do this. Accordingly, the new reality requires new solutions for effective business management.

The post-industrial stage of the development of society is directly connected with the dominant role of information. Information technology creates the basis for accelerating business processes. Consequently, we can talk about an economy where information and the knowledge that is based on it play a leading role. It should be understood that any technology - it's just a tool that requires a correct configuration and the ability to use it to ensure maximum business efficiency.

In this connection, the aim of this work is to investigate the mechanism of formation of competitive advantages by accelerating the processing of large data using in-memory computing technology.

Data is the foundation for further management activities in the information economy. In this regard, the issue of their accumulation should be given increased attention. In the postindustrial world, there is much more room for data accumulation and analysis, than in the industrial age. Reducing the cost of storage media allows you to accumulate large amounts of information, which contributes to their prompt processing.

In itself, obtaining large data is an important process, but it will be meaningless if you do not know how to interpret the information correctly.

At the same time, today, it is not so much the correct interpretation that comes to the fore (although it is certainly important and is required a priori), how much speed of data processing. Among the constraints constraining the development of IMC technology, one can note the relative novelty of this method of processing and all the attendant shortcomings (the absence of well-developed industry standards and specialists of the requisite qualifications). Of course, the business itself has not yet been able to appreciate the advantages of this technology. Therefore, today IMC is introduced into its business processes mainly large and medium-sized enterprises that have sufficient financial resources, accumulated big data databases and are trying to keep the leading position in the industry.

Summarizing the content of the work, it should be noted that due to the use of in-memory computing technology, it is possible to obtain a strong competitive advantage by accelerating the processing of more data and making managerial decisions in the shortest possible time. Among the advantages of this technology, we can note the relative speed of implementation in business processes, the reduction in the cost of basic hardware components (primarily memory) and the interpretation of data online. Constraints to the spread of this technology are the lack of industry standards, skilled analysts and the reluctance of businesses to invest in a relatively new technology (fear of innovation).

With the development of information technology, the amount of generated data will only increase every year. Therefore, in the future, the demand for technologies like in-memory computing will increase.

**Dr. Valentyna Melnik, Assistant Professor of Marketing  
Waikato Management school University of Waikato, New Zealand**

## **TECHNOLOGIES OF MANAGING CORPORATE KNOWLEDGE**

The most important resource in the educational process at all levels, which can significantly affect the increase of its competitiveness, investment attractiveness and capitalization, are corporate knowledge.

Corporate knowledge is understood as the various business information that you need to have to maintain a high level of the main supporting processes, as well as to quickly respond to the dynamics of a changing environment. In a broader sense, knowledge is information that is materialized in the process of solving a

specific problem in the form of specific actions of people seeking to achieve their specific goals.

The main task of the enterprise manager for today is to find a way to take advantage of this corporate knowledge, since most of them are hidden in the heads of individuals and simply doing business people and workers. As foreign experience shows, the solution of the problem of knowledge management is possible only in close contact between specialists of various fields of activity and information technology specialists, and most importantly, with the interest of higher and secondary management in obtaining operative access to any information resources of the educational process in a convenient, comparable form and the analysis of the received information in real time.

Knowledge management provides: creation of a scheme for verbal exchange of information between team members; creation of a scheme for documenting and storing information; selection of IT tools required to perform these tasks; selection of the necessary sources of external information.

Modern technologies of knowledge management combine Internet technologies, technologies of integration of corporate applications, their operational analysis and data warehouses, as well as search technologies. They all help people to work better together, using ever-increasing amounts of information and managing them. In these systems, knowledge bases are generated for experts and knowledge-based systems in which computers use the output rules to obtain answers to user questions. Although the acquisition of knowledge for obtaining computer reports is still an important issue, most modern developments in the corporate knowledge system provide knowledge in a user-friendly form, or supply software for processing this knowledge.

Knowledge management is the technological process of working with information resources to provide access to knowledge, to unite and generate new knowledge in order to increase the efficiency and potential of the work of the collective of people. The assessment of knowledge is closely related to the assessment of the quality of business processes: the higher the quality of the business process, the more knowledge it is involved in. In this sense, quality management is a cycle aimed at generating and extracting knowledge in order to improve the quality of internal processes, which in turn ensure the emergence of new experiences and thus contribute to the generation of new knowledge. In this context, it is clear that knowledge management systems are an integral part of decision support systems.

Knowledge management allows to solve four main tasks:

- preserve the accumulated knowledge ("explicit" and "hidden");
- create a system for creating and preserving new knowledge;
- overcome information congestion;
- optimize the interaction between units.

Proper management of existing knowledge allows you to maintain competitive advantages, build on your experience.



Ultimately, the result of the introduction of the corporate knowledge management system should be to increase the speed and quality of business solutions, increase the amount of valuable knowledge that remains in the institution, despite the various personnel movements. And all this will have the most favorable effect on the effectiveness of the educational process. And the starting point for the decision to implement the knowledge management system is management's awareness of the fact that the absence of such a system leads to significant financial losses, to the reality of the problem of "lost profit", and also the desire to solve this problem.

**Melnyk Vladimir, Assistant Professor of Marketing  
in Universidad Carlos III de Madrid, Spain**

### **ANALYSIS OF EXISTING APPROACHES TO THE DETERMINATION OF THE ESSENCE OF STRATEGIC RISKS**

Strategic planning is the main element in managing risk factors (the formation of effective mechanisms for adapting to changes in the external environment), but mistakes in the development and implementation of the strategy can not only reduce the effectiveness of the chosen strategy of the organization, but also be disastrous for business. Thus, we can confidently state the exceptional importance of managing strategic risks and the impossibility of their further disregard in the economic activities of the organization.

Analysis of existing points of view allows us to talk about strategic risk as a multifaceted concept that goes beyond the traditional perception of risk used in the financial theory of decision-making. Strategic risk factors include factors that influence the process of developing strategic goals, as well as factors that can influence the implementation of the strategy. The first group of factors has a pronounced subjective nature, while the second is objective processes in the external and internal environment of the organization.

Since the implementation of the strategy is carried out through tactical measures, it is determined that current risks can also cause strategic risks if their scale of influence is high.

Thus, the following risks should be highlighted.

Risk 1 - reflects the situation in which mistakes were made in the basic assumptions regarding the further development of the situation.

Risk 2 - reflects the situation of a possible error in the process of selecting an organization strategy.

Risk 3 - errors in the process of implementing the strategy.

Risk 4 - objective changes in the external and internal environment, making the implementation of the strategy not possible.

Thus, strategic risk is an event that can reduce the effectiveness of the process of developing and implementing the strategy developed. This definition

underscores the main difference between strategic risk and operational and financial risks, when high risks are associated with high returns. As for strategic risks, it is clear that reducing risks will lead to greater returns. However, exposing itself to high strategic risk, the firm may not have a high profit.

Note also that strategic risks are often not allocated to a separate class of risks, but represent the dynamic composition of certain types of risks.

Depending on the stage of the life cycle, accumulated potential, industry characteristics and other external conditions, each organization faces a unique set of strategic risks, the components of which are periodically included and excluded from it (then the risks become current).

Nevertheless, the issue of developing a classification of strategic risks and the allocation of certain types of risks in this category is relevant and practically meaningful.

Strategic risk includes most commercial risks associated with losses of key customers, insolvency of suppliers and inability to competently manage the business.

Strategic risks are associated, first of all, with the formation and implementation of the organization's strategy. The corporate strategy is detailed through business strategies and strategies of individual functional areas of activity.

Thus, problems in the implementation of a separate functional strategy will lead to a decrease in the effectiveness of the chosen strategy of the organization. Therefore, strategic risks can be classified by functional criteria into: strategic risks in the sphere of marketing, finance, innovation, production, logistics, personnel management, supply, accounting.

Summarizing the foregoing, we note that strategic risks form the central segment in the organization's risk system, including only those that are most likely to affect the future performance of the organization.

**Rustambayov H.B.**  
**Doctor of economic sciences, professor,**  
**head. Department of World Economy**  
**Baku State University**

## **SYSTEM OF MANAGEMENT METHODS FOR FORMATION OF PURCHASED FINANCIAL RESOURCES OF THE COMMERCIAL BANK**

The system of forming the attracted financial resources of a credit institution is a unity of sources, methods and tools for financing banking activities. The purpose of financing through the receipt of deposits, deposits, loans, loans and other ways of attracting temporarily available funds is the formation of the attracted financial resources of a commercial bank, the vast majority of which is able to be transformed into raised capital and used to conduct active operations.

Achieving this goal occurs in the process of attracting financial resources through financial instruments using the following financing methods: credit financing; debt financing; deposit financing. Credit financing is carried out from the resources of the Central Bank involved in the interbank credit market and credit resources. Debt financing is a method of attracting financial resources by issuing own debt securities of commercial banks. Deposit financing is the process of providing commercial banks with the necessary financial resources by attracting deposits.

In the formation of the commercial bank's resource base, quasi-deposits are also involved - cash held in settlement and current accounts of the bank's customers, intended for settlements, but used by credit institutions for other active operations.

In terms of the manifestation of the accumulating function of financing, direct financing and indirect financing can be distinguished that serve different purposes, have different degrees of specificity, and have different possibilities for using funds.

Achieving this goal occurs in the process of attracting financial resources through financial instruments using the following method. A combined method of financing is widely used in banking activity, implemented through a combination of all existing methods of financing. This is due, first of all, due to the wide use of the method of pooling sources of financing. This traditional approach, the so-called «boiler» method of forming the resource base, represents all financial resources of the bank as received from a single source. At the same time, funds from various sources that have different qualitative characteristics are combined and new properties are assigned to them.

Optimization of the structure of sources of attracted financial resources is the main problem of using a mixed form of financing. The need for such optimization is determined, first of all, by the fact that the sources of formation of the resource base of commercial banks considered are unequal. This circumstance is the main thing in banking and requires special organizational and management work to manage the formation of attracted resources.

The use of project financing is due to the increased use of the method of sharing funding sources in banking practice. In developed countries, this method has been used for decades. In our country it began to be applied relatively recently and has not yet been properly disseminated in banking practice. By the nature of ownership of segments of the resource base of commercial banks, the following methods can be classified: self-financing; financing from external sources. Self-financing is an internal financing of banking activities and is provided at the expense of financial resources belonging to a credit institution. It involves the use of own funds - the authorized capital, as well as the flow of funds formed in the course of the bank's activities, primarily, net profit.

Depreciation deductions in banking practice are not considered to be a significant source of education for the own funds of a credit institution.

Based on the specifics of banking activity, the own funds of credit institutions occupy an insignificant part of bank liabilities and are used mainly for financing of

internal activities. Shareholding provides equity financing aimed at creating or replenishing its own funds (equity capital).

At the heart of the provision of banking activities with the necessary financial resources is external financing, which involves the use of financial resources from various external sources. Monetary resources from external sources are transferred to the bank for temporary use, are returnable, paid and remain in the ownership of their owners. At the same time, the credit organization disposes of the attracted financial resources on its own behalf and at its discretion, in fact as a temporary proprietor. In general, the resource base of commercial banks is formed by debt obligations related to the attraction (placement) of deposits (deposits) of legal entities and individuals in deposit bank accounts.

Each of the sources and methods of financing used has certain merits and demerits. To substantiate the feasibility of applying each method in specific economic conditions that have developed at the micro and macro levels, a specific methodological tool is needed.

The methods used in specific conditions should ensure the solution of the following tasks: sufficiency of financial resources for carrying out banking activities within the planned targets; reliability of the organization of the process of involving financial resources in the banking business; optimization of the structure of sources of financing of banking activities; minimizing costs in economically viable borders and increasing the return on equity; optimization of banking risks; observance of bank liquidity.

At management of financial resources of the credit organization it is necessary to consider a constant presence of a triad of bank financial management. This triad, as a whole, is a kind of economic cell uniting banking liquidity, profitability and bank risks. The purpose of financial management of a credit institution is the formation of an ideal triad, where through the creation and application of mechanisms for the management of financial resources, based on the methods of financing, the optimal correlation of liquidity, risk and profitability will be ensured. First of all, this refers to the creation of mechanisms for managing the formation of attracted resources of commercial banks.

It should be noted that as part of such a mechanism, the following methods can be considered as methods that optimize banking risks: limitation; diversification; insurance.

The required bank liquidity can be achieved by using the following methods: transformation; reservation; funding. Profitability of banking operations can be provided through the development, implementation and use of the method of budgeting costs.

It should be noted that the application of these methods of financing and managing the attracted resources of commercial banks should be considered as a system of methods with complex interrelations. Thus, the application of the system of methods for providing financial resources for banking activities should not be limited only to the task of managing the volumes of financial resources involved in

the banking business, their terms and cost. In this case, the main management tool will be the interest rate.

**Woźniak Leszek**  
**Rzeszow University of Technology, Poland**

## **INTERNATIONAL PRACTICE REGULATION OF TRANSFER PRICING**

The formation of the system of state regulation of transfer pricing was caused by the development of the management and financial structure of the share capital. This led to focusing the processes of making managerial decisions in administrative units operating on the basis of profitability principles and free of social or national principles. Transfer pricing becomes an instrument of internal management analysis. In publications published in the United States in 1955-1957 by the National Association of Accountants, the first attempt is made to formalize and classify approaches to the formation of domestic prices in terms of accounting, control and adoption of strategic and operational management decisions.

In 1960, in the context of the development of large holding companies, the application of domestic prices of organizations became an indispensable tool for interaction within the framework of corporate governance - both in terms of evaluating the results of the divisions and ensuring the accounting of the flows of resources, and in terms of determining the financial result for each unit and making decisions on the choice of strategic directions for the development of firms in general and its divisions in particular.

At the same time, the first examples of using the transfer price as a tool for optimizing the distribution of tax burden were created in such a way as to minimize tax payments.

This was facilitated by the formation of the most commonly small and controlled states, which began to formulate and apply their own economic regulation policy, but at the same time practically were deprived of other competitive advantages in the world economic system. As a result, a number of small island states have entered into tax competition with former metropolises at the expense of extremely low tax burden. These include the former colonial countries and offshore areas in the center of the North Atlantic region (for example, the Channel Islands and Iceland).

The formation of the system of state regulation of transfer pricing was due to the development of the management and financial structure of the joint-stock capital, which led to the focus of the processes of making management decisions in administrative units operating on the basis of profitability and free from social or national principles.

In the United States, for example, there are methods of transfer pricing that are not provided for by the Manual, for example, the so-called method of comparable uncontrolled transaction to assess the validity of the market rate of royalties under

license agreements. In Norway, despite the fact that a direct link to the Manual is prescribed in national law, it is permissible to use for the purposes of justifying the conformity of prices to the market level of information that is not publicly available. In practice, tax authorities often apply a method of comparable market (uncontrollable) prices, for example, in countries such as Austria, the United Kingdom, Germany, Canada, the Netherlands, Norway, Switzerland, China. In some cases, the inaccessibility of information on comparable transactions implies the use of other methods, in particular in countries such as Israel, Portugal, Turkey, Chile, South Korea, India and Brazil.

When introducing regulations on controlled foreign companies it is necessary to ensure the possibility of effective tax administration with regard to the receipt by the tax authorities of the necessary information and, accordingly, the exercise of supervisory functions. To implement such legislative norms, bilateral and multilateral agreements on the exchange of information on tax issues are particularly important.

The importance of including such provisions in the tax legislation as a deterrent to concealment of income using subsidiaries operating in offshore zones should be accompanied by the development by the tax authorities of practices in the field of tax control. Thus, it can be concluded that state regulation in Western European countries is aimed not only at resolving questions of replenishing the state budget on the basis of increasing tax revenues by reducing "loopholes" in the form of a transfer price, but also in maintaining market relations and improving efficiency activity of company divisions. The application of transfer pricing within the organizations should, on the one hand, determine the efficiency of the units, on the other - motivate the administration of each unit to increase efficiency in the controlled area of the economic business process on the basis of competition with alternative sources of products or services offered, and the administration of the whole company to optimization of the corporate system of business processes in general.

НАЦІОНАЛЬНИЙ АВІАЦІЙНИЙ УНІВЕРСИТЕТ  
ФАКУЛЬТЕТ ЕКОНОМІКИ ТА БІЗНЕС-АДМІНІСТРУВАННЯ  
КАФЕДРА ФІНАНСІВ, ОБЛІКУ І АУДИТУ

**Звідувач кафедри  
фінансів, обліку і аудиту**

**Гайдаржийська Ольга Миколаївна**

Кафедра здійснює підготовку фахівців зі спеціальностей:  
«Фінанси, банківська справа та страхування», «Облік і оподаткування»

Контактні реквізити кафедри:  
03680, Україна, Київ, пр. Космонавта Комарова, 1  
Національний авіаційний університет  
Факультет економіки та бізнес-адміністрування  
Кафедра фінансів, обліку і аудиту  
Корп. 2, кім. 104, 106, 108, 112  
Тел.: (044) 406-73-53, 406-79-26, 406-77-22