

Розділ 4. МЕНЕДЖМЕНТ. МАРКЕТИНГ. ФІНАНСИ. БУХГАЛТЕРСЬКИЙ ОБЛІК

Зварич І. Т., Зварич О. І.

СИСТЕМА МЕНЕДЖМЕНТУ СОЦІАЛЬНО-ЕКОНОМІЧНОГО І КУЛЬТУРНОГО РОЗВИТКУ РЕГІОНІВ УКРАЇНИ

Розглядається система органів управління соціально-економічним і культурним розвитком регіонів України в сучасних умовах ринкових відносин.

Ключові слова: *регіон, органи державно-*

го та регіонального управління територіями, соціально-економічний і культурний розвиток регіону, моделі обмеженої та сильної децентралізації, регіональна автономія, владні повноваження регіонів, територіальні органи державної влади і місцевого самоврядування.

Zvarych I., Zvarych O.

SYSTEM OF MANAGEMENT OF SOCIO-ECONOMIC AND CULTURAL DEVELOPMENT OF REGIONS OF UKRAINE

The system of management bodies of socio-economic and cultural development of regions of Ukraine in the modern market conditions of their development is considered.

Key words: *region, bodies of state and regional*

Постановка проблеми та її зв'язок із важливими науковими і практичними завданнями. Аналізуючи визначені Конституцією України і законом України про місцеве самоврядування в Україні та іншими законодавчими актами положення щодо публічних функцій [1; 2], можна зробити висновок, що **Україна тяжіє до централізованого типу управління територіями.** При цьому скерування регіонального розвитку має характер **деконцентрованого державного централізму**, коли місцеві органи державної виконавчої влади прямо, а представницькі – опосередковано включені у жорстку вертикаль державної виконавчої влади, підпорядковану Уряду. Однак, аналіз історичного розвитку підтверджує висновок, що регіональна політика Української держави мала би ґрунтуватись на раціональному поєднанні принципів централізму і децентралізації державного управління та, що найважливіше – на самоврядуванні. Одночасно реалізація принципів централізації та децентралізації пов'язана із менеджментом

management of territories, socio-economic and cultural development of the region, models of limited and strong decentralization, regional autonomy, authorities of regions, territorial bodies of state power and local self-government.

державного сектору економіки, який має ще значну питому частку, і з процесами приватизації та демонополізації економіки, а це істотно актуалізує і всебічні дослідження цієї важливої проблеми.

Аналіз останніх публікацій із досліджуваної проблеми. Останнім часом стає все більше праць стосовно теоретичних та прикладних аспектів подальшої розбудови регіонів України, тож наводити окремі із них, на наш погляд, нагальної потреби немає. Але, робіт, присвячених трансформації функцій органів управління їхнім соціально-економічним та культурним розвитком все ще обмаль, що і стало метою та предметом розгляду у цій науковій розвідці.

Виклад основних результатів та їх обґрунтування. Спираючись на постулат соборності та для уникнення сепаратистських тенденцій і на аналіз ризиків, **на подальшу перспективу розвитку територіального устрою України офіційно обрано модель унітарної децентралізованої держави.** Від-

так, зупинимось на моделях територіального управління, які притаманні унітарній державі, якою є і має залишитись наша країна. Тип місцевого управління, на який слід орієнтуватись у пошуках оптимальної для України моделі, знаходиться у межах між децентралізованим і самоврядним. У зв'язку із цим необхідно більш детально розглянути *моделі обмеженої децентралізації, сильної децентралізації та регіональної автономії*. І спільним для них є сталий розвиток демократичних інститутів та у першу чергу системи місцевого самоврядування територіальних громад головним чином базового рівня.

Визначальною відмінністю цих моделей є передовсім різні підходи до формування територіального управління на регіональному рівні. У державах перехідного типу, якою є і Україна та інші постсоціалістичні країни, особлива увага до регіонального рівня пов'язується із нагальною потребою демократизації суспільного життя. Водночас нерідко звичайна децентралізація отожднюється із демократією. Із одного боку, усіма усвідомлюється необхідність розосередження державної влади, що дасть можливість розв'язати наболілі проблеми розвитку територій: врахування групових інтересів через участь в управлінні на місцях представників опозиції та партій меншості [3 – 7]; послаблення бюрократизму через виборчу систему; передачу функцій з надання послуг і пов'язаних з цим витрат від центру у регіони (на місця) шляхом перенесення податкового тягаря на периферію або скорочення різних централізованих відрахувань тощо. Проте, з іншого боку – “стурбованість” з приводу справедливого розподілу допомоги за державними соціальними програмами, які залишились з минулого, призводить до концентрації відповідних функцій та матеріально-фінансових ресурсів для їхнього виконання у центрі. До сьогодні у певних урядових колах дехто все ще переконаний, що більшим функціональним одиницям властиві кращі показники діяльності, вищий коефіцієнт ефективності витрат, а тому – більша результативність (наприклад, великі школи, вищі навчальні заклади, лікарні та центри надання соціальних послуг тощо).

Модель, закладена у Концепцію адміністративної реформи в Україні [8], за раніше наведеною класифікацією є *моделлю обмеженої децентралізації*. Вона єдина із усіх зазначених моделей повністю відповідає вимогам, що встановлені Конституцією України

до територіальної організації влади на місцях і не суперечить сучасному законодавству. Одночасно процеси децентралізації торкаються лише самого перерозподілу функцій між державою і місцевим самоврядуванням, між загальнодержавним сектором економіки та муніципальним. А щодо менеджменту на регіональному рівні, то тут основна увага акцентується на деконцентрації державного управління і підвищенні статусу обласних державних адміністрацій: основні із функцій територіального управління регламентуються центром та, як наслідок, виникають суб'єктивний перерозподіл бюджетних ресурсів, адміністративний вплив на окремі території та досить жорстке регламентування їх діяльності. При цьому на регіональному рівні – в областях, районах, містах Києві та Севастополі – виконавча влада здійснюється державними структурами таких двох типів: територіальними органами загальної компетенції – держадміністраціями і периферійними структурними підрозділами центральних органів виконавчої влади, які функціонують на території області, не підпорядковуючись місцевим державним адміністраціям, однак координують саме із ними усю свою діяльність.

Беручи до уваги, що на обласні та районні державні адміністрації покладається доволі широке коло відповідних управлінських функцій із системного розвитку і життєдіяльності підлеглих їм територій, тісне поєднання прямого державного управління регіональним розвитком з місцевим самоврядуванням у контексті такої моделі відбувається через одночасне функціонування поряд з органами державної виконавчої влади органів місцевого самоврядування (сільських, селищних, міських рад та їхніх виконавчих органів). Обласні ж і районні ради, які є представницькими органами на регіональному рівні, наділені статусом органів місцевого (а не регіонального) самоврядування, що представляють спільні інтереси територіальних громад базового рівня – сіл, селищ і міст. Вони не мають адміністративної автономії децентралізованої влади. Реалізація управлінських функцій, які надаються їм законодавчо згідно зі ст. 44 Закону України “Про місцеве самоврядування в Україні” [3], обов'язково делегується відповідними місцевим державним адміністраціям. А це – досить значний *перелік владно-управлінських повноважень*:

1) підготовка і внесення на розгляд ради проектів відповідних комплексних програм

соціально-економічного та культурного розвитку областей і районів, різних регіональних цільових програм із інших питань, а у місцях, у яких компактно проживають національні меншини – і програм їх національно-культурного розвитку та проектів відповідних рішень або інших матеріалів та забезпечення безумовного виконання і усіх прийнятих радою рішень;

2) подання обґрунтованих пропозицій до програм соціально-економічного та культурного розвитку територій і до загальнодержавних програм економічного, науково-технічного, соціального та культурного розвитку України;

3) забезпечення збалансованого соціально-економічного і культурного розвитку відповідної території та щонайефективнішого використання усіх наявних у її межах природних та трудових, і фінансових та інших ресурсів;

4) підготовка та подання до відповідних органів виконавчої влади фінансових показників і пропозицій до проекту Державного бюджету України;

5) сприяння інвестиційній діяльності на території області або району;

6) об'єднання на договірних умовах коштів підприємств, установ і організацій, які розташовані на відповідній території, та населення і бюджетних призначень на будівництво, реконструкцію та ремонт і утримання на пайових засадах різних об'єктів соціальної та виробничої інфраструктури, шляхів місцевого значення і на заходи із охорони навколишнього природного середовища;

7) залучення у порядку, який встановлений законодавством, підприємств, установ і організацій, які не належать до комунальної власності, до участі в обслуговуванні населення відповідної території та координація цієї роботи;

8) затвердження маршрутів, а також відповідних їм графіків руху місцевого автомобільного транспорту незалежно від форм їхньої власності та узгодження усіх цих питань і стосовно транзитного пасажирського транспорту;

9) підготовка питань з визначення у встановленому чинним законодавством порядку території, вибір та вилучення (викуп), надання земель для містобудівних потреб, які встановлені відповідною містобудівною документацією;

10) забезпечення належної охорони, реставрації та використання пам'яток історії, куль-

тури, архітектури і містобудування та палацово-паркових, паркових і садибних комплексів та природних заповідників місцевого значення;

11) підготовка обґрунтованих висновків до усіх проектів тих місцевих містобудівних програм відповідних адміністративно-територіальних одиниць, які підлягають затвердженню сільськими, селищними або міськими радами;

12) видача відповідно до чинного законодавства забудовникам належних архітектурно-планувальних завдань і відповідних технічних умов із метою проектування, будівництва, реконструкції будинків та споруд, благоустрою територій, надання необхідного дозволу на належне проведення таких робіт;

13) забезпечення у відповідності із законодавством подальшого розвитку науки, освіти, охорони здоров'я, культури, фізичної культури, спорту та туризму і найактивніше сприяння відродженню осередків традиційної народної творчості та національно-культурних традицій населення, художніх промислів і ремесел, роботі творчих спілок, національно-культурних товариств, асоціацій та інших громадських і неприбуткових організацій, які діють у сфері освіти, охорони здоров'я, культури і фізичної культури та спорту і сім'ї та молоді;

14) підготовка та внесення на затвердження ради належно обґрунтованих пропозицій щодо організації територій і об'єктів природно-заповідного фонду місцевого значення та інших територій, які підлягають особливій охороні; надання пропозицій до відповідних державних органів про оголошення природних та інших об'єктів, що мають екологічну, історичну, культурну, наукову цінність і пам'ятниками історії та культури які охороняються законом;

15) здійснення відповідних заходів із ліквідації наслідків екологічних катастроф, стихійного лиха, епідемій, епізоотій і усіх інших надзвичайних ситуацій, інформування стосовно них громадян та залучення в установленому законом порядку до цих робіт підприємств, установ, організацій, населення;

16) належні спрямування і координація на відповідній території визначеної чинним законодавством діяльності місцевих землепорядних органів;

17) здійснення постійного контролю за використанням коштів, що надходять у порядку відшкодування втрат сільськогосподарського і лісогосподарського виробництва, пов'язаних із вилученням (викупом) земельних ділянок.

Окрім уже зазначених нами, *обласні ради також делегують обласним державним адміністраціям і такі не менш важливі повноваження*:

1) визначення відповідно до норм чинного законодавства розмірів належних відрахувань підприємствами, установами і організаціями на подальший розвиток у межах області відповідних шляхів загального користування;

2) погодження у випадках, які передбачені законом, із відповідними сільськими, селищними, міськими радами питань щодо належного розподілу коштів, що поступають за використання природних ресурсів, які надходять до утворених ними фондів охорони навколишнього природного середовища;

3) підготовка відповідних проектів рішень про віднесення лісів на території регіону до категорії захищених та стосовно їх поділу за відповідними розрядами такс у випадках і у порядку, передбачених чинним законодавством;

4) прийняття у встановленому законодавством порядку рішень про заборону використання окремих природних ресурсів загального користування;

5) визначення у відповідності із законодавством спеціального режиму щодо доцільного використання відповідних територій усіх рекреаційних зон;

6) затвердження для підприємств, установ і організацій, що розташовані на відповідній території, лімітів викидів та скидів різних забруднюючих речовин у навколишнє природне середовище і лімітів розміщення різноманітних відходів у випадках, які й передбачені відповідними нормами законодавства.

Обласні державні адміністрації [9] є єдиначальними органами виконавчої влади загальної компетенції, що уособлюються безпосередньо їх головами, які визнаються головними політичними фігурами і провідниками єдиної державної політики у регіонах. Вони призначаються на посаду та звільняються із неї Президентом України за поданням Прем'єр-міністра (Кабінету Міністрів) України. Заступники голови обласної державної адміністрації призначаються її головою за погодженням із Кабінетом Міністрів України (із віце-прем'єр-міністром із конкретного напрямку його функціональних повноважень). Районні державні адміністрації організуються із врахуванням того, що функції їх голів за своїм змістом не мають визначальних ознак

політичної діяльності. Проте, вони теж призначаються Президентом України, однак вже за поданням голови обласної державної адміністрації, враховуючи і висновок відповідного центрального керівного органу управління державною службою.

Тож, на обласні та районні державні адміністрації [9] покладається доволі широке коло управлінських функцій із розвитку і життєдіяльності підлеглих територій. Поєднання прямого державного управління регіональним розвитком з місцевим самоврядуванням у контексті такої моделі відбувається через одночасне функціонування поряд з органами державної виконавчої влади органів місцевого самоврядування (сільських, селищних, міських рад та їх виконавчих органів). Обласні та районні ради, які є представницькими органами на регіональному рівні, наділяються статусом органів місцевого (а не регіонального) самоврядування, представляючи спільні інтереси територіальних громад базового рівня – сіл, селищ та міст. Вони не мають адміністративної автономії децентралізованої влади. Реалізація управлінських функцій, що надаються їм законодавчо згідно зі ст. 44 Закону України “Про місцеве самоврядування в Україні” [2], обов’язково делегується місцевим державним адміністраціям. А це є значним переліком *владно-управлінських повноважень*.

Отже, обласні та районні ради практично позбавлені реальної влади, відіграючи тільки узгоджувальну роль. Їхні обов’язки є істотно обмеженими: затвердження і контроль за виконанням програм соціально-економічного та культурного розвитку відповідних областей і районів; районних та регіональних бюджетів і контроль за їх виконанням; вирішення інших питань, віднесених законом до їх компетенції. Міжрегіональний характер окремих функцій призведе до підвищення ролі обласних та районних рад у наданні допомоги для їх виконання. Тобто, представницькі органи виконують по суті винятково наглядові функції за діяльністю Уряду у регіоні. Саме тому і закріплений конституційно та законодавчо штучний та багато у чому *надуманий симбіоз деконцентрованого державного централізму і місцевого самоврядування*, який на жаль, вже призводив до серйозних непорозумінь у минулому, створюючи передумови гострого дисбалансу між органами державної виконавчої влади та місцевими представницькими органами у регіонах, а в цілому ж – і між державною владою

та структурами (органами) місцевого самоврядування.

Зазначимо, що орієнтуючись головним чином на західні демократичні цивілізації, **Україна прагне увійти до європейського світовариства**. У 1996 році вона була прийнята до Ради Європи, а у 1997 році Верховною Радою було ратифіковано підписання Європейської хартії місцевого самоврядування [10; 11]. Але, через те, що Уряд нашої держави продовжує значною мірою впливати на територіальні органи та, відповідно, на організацію місцевого самоврядування, серйозні претензії до України є у Раді Європи в особі представників у Конгресі місцевих і регіональних рад. Тут йдеться насамперед про необмежену владу і коло управлінських функцій при вирішенні місцевих справ, які привласнюються територіальними державними виконавчими органами – обласними та районними державними адміністраціями. Захист і подальше зміцнення місцевого самоврядування у різних європейських державах – це значний внесок у будівництво Європейського дому, що ґрунтується головним чином на принципах демократії та децентралізації влади. Водночас в більшості унітарних демократичних країн самоврядування існує не лише на місцевому, а і на регіональному рівнях. Ось чому необхідно розкрити **сутність моделі сильної децентралізації, яка по суті беззастережно визнає і досить активно практикує саме ефективне регіональне самоврядування**.

Для розуміння засад цієї децентралізованої моделі звернемось до досвіду Франції [12]. Децентралізація, яка запроваджена тут відповідним законом від 2 березня 1982 року і наступними за ним нормативно-правовими актами про передачу компетенції здійснювалась за такими основними принципами:

на регіональному рівні – передача представницьким органам регіонального рівня (президентам асамблей, департаментів та регіонів) тих виконавчих функцій, які раніше виконувались представником держави – префектом; блокований розподіл компетенції та її передача з метою їхнього виконання відповідних коштів; надання регіонам статусу повноправної територіальної спільноти шляхом обрання прямим загальним голосуванням регіональних рад, що розпочали діяти у березні 1986 року. Проте, для сучасних французьких регіонів було неоднозначно визнано статус територіальної спільноти, яка у своєму розпорядженні

має обмежені компетенцію та розвиткові фінансові ресурси;

на місцевому рівні – заборона будь-якої опіки одного рівня стосовно іншого та вільне самоврядування місцевих громад; передача згідно із наданою компетенцією засобів для здійснення (фінансових, людських, юридичних); заснування партнерських стосунків між державою та місцевими громадами.

В Україні у аспекті такої моделі реалізується перенесення основних важелів менеджменту соціально-економічних процесів із державного на регіональний рівень. Цим, з одного боку, передбачається надання більш широкої компетенції місцевим державним адміністраціям та наділення їхніх керівників реальними управлінськими функціями щодо периферійних служб. У сфері економіки такими функціями, які доцільно делегувати облдержадміністраціям, є, для прикладу, управління державним майном, земельними та іншими природними ресурсами, здійснення приватизації та демонополізації тощо. Саме у цьому випадку регіональні адміністрації наділяються статусом інтеграційних органів і через це їм підпорядковується діяльність більшості структурних підрозділів центральних органів виконавчої влади, які діють на території областей. З іншого боку, у проектах законів стосовно проведення адміністративної реформи в Україні передбачається підвищення статусу регіонів шляхом визнання обмеженої адміністративної автономії централізованих владних структур. Одночасно перерозподіл повноважень між загальнодержавним і регіональним рівнями управління повинне відбуватись передовсім на умовах децентралізації державного управління. Це передбачає наділення належними повноваженнями та управлінськими функціями представницьких органів (обласних і районних рад) та створення для їх виконання необхідних виконавчих структур та автономного бюджету. Цей, значною мірою обмежений набір самоврядних управлінських функцій переважно соціального спрямування виконуватиметься винятково виконавчими комітетами відповідних місцевих рад. І у такому випадку представницькі регіональні органи отримають статус повноправних суб'єктів управління своїм економічним розвитком.

Отже, на регіональному рівні функціонуватимуть як виконавчі органи держави, так і представницькі, повноваження між якими поділяються. Державні органи виконувати-

муть відповідні управлінські функції у повному обсязі, тоді як інші поділятимуться між державними та представницькими органами. Такими функціями, наприклад, можуть бути: бюджетні питання і регіональне планування та визначення напрямків і обсягів субсидування місцевих бюджетів та будівництво великих муніципальних об'єктів, встановлення і збір місцевих податків, виконання окремих регіональних функцій, для прикладу, суто соціальних – боротьба з бідністю, надання відповідної допомоги інвалідам, малозабезпеченим сім'ям, молоді, розв'язання найгостріших проблем працевлаштування, захисту прав та свобод громадян, а у випадку необхідності – різного роду міжнаціональних і міжрегіональних конфліктів тощо.

Світовий досвід переконливо підтверджує, що територіально-адміністративні одиниці проміжного рівня державного менеджменту є одним із щонайбільш істотних інституціональних досягнень. У сучасних європейських державах його **реформування здійснювалось за такими основними напрямками:**

- регіональні органи влади обираються населенням, виконують у певних межах виконавчі та законодавчі повноваження (Іспанія, Італія, Португалія);

- окружну або вищу ланку самоуправління докорінно змінено і осучаснено (Великобританія, Данія, Норвегія, Швеція та окремі землі Німеччини);

- у деяких інших країнах (як-то Нідерланди, окремі землі Німеччини) регіонам надані нові, вкрай важливі для них адміністративно-владні функції;

- у багатьох державах цей рівень став істотною частиною політичного життя і процесу демократизації, чинником становлення Європейського Союзу.

Відтак, йдеться про **реальне регіональне самоврядування**. Стала децентралізація державного управління і роздержавлення усіх сторін суспільного життя вимагає концентрації зусиль уряду на наданні тільки щонайважливіших суспільних послуг та передачі інших функцій і відповідних ресурсів життєзабезпечення територій органам, максимально наближеним до населення. А цим і детермінується їх подальший розподіл між загальнодержавним, регіональним та місцевим рівнями. **Тому вважаємо за доцільне розглянути ефективну модель регіональної автономії.** У її межах передбачається розвиток саме проміж-

них регіональних утворень (областей) до більш високого рівня їх самостійності, як і значного спектра відповідної компетенції. Її відмінністю від вже розглянутої децентралізованої є те, що регіональні адміністративні одиниці отримують адміністративну автономію та статус юридичних адміністративних утворень, які діють із державою нарівні. При цьому на обласному і районному рівнях виконавчі органи так званої загальної компетенції – місцеві державні адміністрації, безпосередньо підпорядковані уряду, анулюються. Регіональні представницькі органи та їх виконавчі структури наділені вичерпним набором відповідних управлінських функцій. Водночас повноваження цих органів влади мають лише адміністративний (а не конституційний та не законодавчий) характер, хоч і може підтримуватись їх законодавча ініціатива у наперед визначених сферах. Регіональні бюджети є автономними і відокремленими від державного. Регіональні ж та місцеві представницькі органи мають вищий ступінь легітимності як сформовані саме на виборних засадах.

Перерозподіл повноважень між центральним і регіональним рівнями влади повинен здійснюватись на відповідних договірних засадах та обов'язково знизу вгору. Доцільно, щоб їхня діяльність регламентувалась пакетом законодавчих актів про статус регіонів України. Обласним представницьким органам в умовах адміністративної автономії, окрім виконавчої функції, доцільно надати і право ухвалення необхідних законодавчих та нормотворчих актів у межах визначеної законодавством компетенції. Як свідчить світова практика, у державах із триланковим територіальним устроєм застосовуються різні підходи до організації влади на рівні департаментів районів, провінцій і графств) з надання (ненадання) таким адміністративно-територіальним одиницям певної автономної компетенції. Тож, розглянемо **два можливих випадки, коли адміністративні одиниці районної ланки і можуть:** наділитись автономією децентралізованої влади, здійснюючи місцеве самоврядування у контексті делегованих повноважень, чим підвищується його статус (територіально-адміністративні одиниці зі статусом муніципальних корпорацій) [12]. Вони створюються законодавчо за згодою мешканців відповідних територій. Їх виконавчі органи виконують головним чином господарські функції, спеціалізуючись на виробленні та

наданні належних суспільних товарів і послуг населенню та інших самоврядних функцій, які будуть їм у відповідному порядку делеговані; виконувати різні адміністративні функції допомоги саме владним структурам вищого рівня (територіально-адміністративні одиниці зі статусом квазімуніципалітетів). Їх створюють законодавчо без будь-якого узгодження із населенням, яке проживає на певній території; їх управлінські органи виконують функції, які делегуються їм виконавчими органами вищого рівня, на відповідній території, на якій і знаходиться квазімуніципалітет; їм дозволяється і обмежена законодавством локальноорієнтована нормотворча діяльність.

Тобто, *модель регіональної автономії* характеризується тим, що кожний територіальний рівень – регіональний і базовий (комунальний) – наділяється статусом самоврядної територіальної одиниці, а їх представницькі органи – власною компетенцією, у межах якої вони діють самостійно. Особливістю представленої моделі є і те, що її можна застосовувати як у межах існуючого територіально-адміністративного поділу, так і земельного устрою. У рамках такої моделі можливо реалізувати вже віддавна діючу у Європі усталену практику надання різного статусу окремим територіальним угрупованням усередині однієї держави. Наприклад, італійські регіони та німецькі землі, що наділяються особливим статусом, і автономні іспанські общини зі звичайним статусом, але вже зі значно меншою регіональною автономією [12].

Необхідно зазначити, що розглянуті моделі передбачають однаково розвинене місцеве самоврядування. Його загальні принципи визнані та гарантовані ст. 7 Конституції України, що є обов'язковою вимогою Європейської хартії місцевого самоврядування [1], а головне завдання Уряду – їхня реалізація у повному обсязі. Аналіз українського законодавства щодо відповідності закладених у ній норм (гарантія розвитку місцевої демократії у Європі) дає і відповідь на питання: що позитивного та негативного і привнесла започаткована реорганізація влади на місцях? Коли ж очікувати наступну перебудову?

У Конституції України, хоча й у неповному обсязі, принцип самоврядування закладається тільки на базовому рівні. *І він проявляється через* [1]:

- гарантоване державою конституційне право кожної із територіальних громад самостій-

но розв'язувати усі відповідні проблеми місцевого значення;

- законодавчо встановлений перелік самоврядних повноважень і функцій, який значною мірою обмежений та не відповідає європейським стандартам.

Автономія органів місцевого самоврядування обмежується головним чином саме шляхом делегування державою відповідних функцій та повноважень, за виконання яких вони підзвітні та підконтрольні Уряду, зокрема, і функціонування підрозділів подвійного підпорядкування, урядовий механізм по суті директивного формування місцевих бюджетів, контрольно-наглядову систему тощо. Одночасно представницькі органи місцевого самоврядування – сільські, селищні, міські ради – формуються на виборних засадах, мають повноважний юридичний статус таких органів і, відповідно, власні виконавчі структури. При цьому легітимність сільського, селищного, міського голови полягає у тому, що вони обираються усім населенням відповідної адміністративної одиниці (міста, села або селища). Отже, *модель “слабка рада – сильний голова” підвищує статус голови ради*, який очолює і виконавчу владу.

Матеріально-фінансова основа місцевого самоврядування в Україні (місцеві бюджети, комунальна власність, земельні та інші природні ресурси) має статус комунальної власності [2]. Але, обсяги і шляхи її формування залишаються недостатніми для належної реалізації справжнього самоврядування.

Структура самоуправління містом наводиться авторами із використанням [13; 14] чинної структури виконавчого комітету Івано-Франківської міської ради [15] і подана на **рисунку**. У відповідності із Конституцією та законами України [1; 2] міською радою приймається Статут територіальної громади [15], де визначається система місцевого самоврядування і механізм її здійснення, гарантується усім її членам право участі у ньому та встановлюються регламентні правила і процедури його реалізації із метою найкращого задоволення соціально-економічних, культурних, побутових та інших потреб жителів міста у поєднанні із інтересами держави. *Типовий Статут територіальної громади міста* зазвичай складається із преамбули і дев'яти розділів.

У розділі 1 “Загальні положення” наводиться коротка історична довідка про заснування міста та його статус. Окреслюються межі міста і законодавча база із приводу цього.

У ст. 3 характеризується склад його громади, за яким його жителями визначаються: особи, які постійно проживають у ньому і мають власну або найману житлову площу; особи, які мешкають у місті тимчасово чи прибули із інших місцевостей для навчання або проходження військової чи альтернативної служби (студенти, військовослужбовці та члени їх сімей тощо). *Жителі міста у своїй сукупності утворюють його територіальну громаду, яка є первинним суб'єктом місцевого самоврядування, основним носієм його функцій і повноважень на території міста.* Статті 4, 5 та 6 відображають зміст, опис, порядок і механізми належного використання символіки міста та святкування дня міста, встановлення звань, відзнак, які може присвоїти громадянам міська рада. Ст. 7 визначає основні засади місцевого самоврядування у місті, що включають: територіальну громаду; міську раду; міського голову; виконавчі органи міської ради; органи самоорганізації населення. Органи місцевого самоврядування із метою ефективного здійснення своїх повноважень і належного захисту законних прав та корінних інтересів територіальної громади міста наділені також правом об'єднуватись з різними органами місцевого самоврядування інших міст України в асоціації, фонди і союзи тощо із визначеною законом реєстрацією у Міністерстві юстиції України. При цьому за ними зберігається статус самоврядної територіальної одиниці. Ст. 8 присвячується відносинам територіальної громади з різними міжнародними формуваннями. Територіальна громада міста в особі представницьких та виконавчих органів винятково на добровільних та договірних засадах може вступати (із певними застереженнями) і у відносини із містами зарубіжних держав, входити у міжнародні муніципальні асоціації (союзи, фонди тощо) у порядку, що визначається Хартією місцевого самоврядування [9].

У Розділі II “Територіальна громада міста” розкриваються склад, права і обов'язки територіальної громади міста. Встановлюється, що члени *територіальної громади міста* – громадяни України, які досягли 18-річного віку та не визнані судом недієздатними. Вони є активними суб'єктами місцевого самоврядування і мають право обирати їх органи та посадових осіб, бути обраними або ж призначеними до його органів чи їх посадовими особами, брати участь у міських референдумах і зборах громадян за місцем проживання, ко-

ристуватись іншими, передбаченими Розділом I Конституції та законами України, правами на участь у здійсненні місцевого самоврядування [1; 2]. Ст. 11 цього розділу та сам Статут визначають форми реалізації участі мешканців міста у здійсненні місцевого самоврядування, у тому числі: міський референдум; вибори депутатів ради і міського голови; загальні збори громадян за місцем проживання; колективні та індивідуальні звернення (заяви) жителів міста до органів і посадових осіб місцевого самоврядування; громадські слухання; місцеві ініціативи; участь у діяльності органів місцевого самоврядування, робота на його виборних посадах; участь через діяльність місцевих територіальних організацій, осередків політичних партій та громадських організацій; інші, не заборонені законодавством, форми. ***Вищими ж формами безпосереднього здійснення територіальною громадою міста місцевого самоврядування є міський (місцевий) референдум та міські (місцеві) вибори.*** *Загальні збори* – це зібрання усіх чи частини жителів населеного пункту для вирішення будь-яких питань місцевого значення. *Колективними* визнають звернення до органів або ж посадових осіб місцевого самоврядування за наявності не менше п'яти підписів його мешканців. Такі звернення з підписами більше п'ятнадцяти осіб розглядаються органами та посадовими особами місцевого самоврядування, до яких вони надійшли, першочергово. Колективні звернення із кількістю підписів більше п'ятдесяти невідкладно передаються до міської ради і підлягають оприлюдненню. У місячний термін вона має розглянути їх та прийняти відповідне рішення. *Громадські слухання* – участь жителів у зустрічах із міським (селищним, сільським) головою, депутатами місцевої ради і посадовими особами органів місцевого самоврядування, в ході яких заслуховується відповідна інформація про виконання ними службових обов'язків або окремих доручень чи стосовно вирішення окремих питань, які зачіпають інтереси місцевої громади. Вони проводяться із ініціативи мешканців, органів самоорганізації населення, міського (селищного, сільського) голови, місцевої ради або її постійних комісій. *Місцева ініціатива* – право мешканців ініціювати розгляд міським (селищним, сільським) головою, місцевою радою, іншими органами і посадовцями місцевого самоврядування будь-якого із тих питань, які віднесені Конституцією і законами України до їх відання [1; 2]. *На зборах*



Рис. Місцеве самоврядування міста

ініціаторів за участі депутатів міської ради визначаються конкретні питання для внесення на розгляд ради та подальшого їхнього вирішення. Участь у роботі органів місцевого самоврядування – це право жителів бути присутніми на відкритих засіданнях місцевої ради, через діяльність місцевих організацій і осередків політичних партій та громадських утворень [3; 15] – їхнє право брати безпосередню

участь у здійсненні місцевого самоврядування через діяльність відповідних територіальних організацій і осередків різних політичних партій та громадських утворень, які зареєстровані у встановленому відповідними законодавчими актами порядку. **Окрім вже перелічених нами різних форм участі мешканців міста у здійсненні місцевого самоврядування, можуть використовуватись й інші її активні форми.**

Розділ III “Міський голова” містить відповідне визначення міського голови як головної посадової особи територіальної громади міста і його виборам, повноваженням та відповідальності. До обставин дострокового припинення повноважень міського голови, зокрема, віднесено: його звернення із особистою заявою до міської ради про складення ним повноважень міського голови; припинення ним громадянства України; набрання законної сили обвинувальним вироком суду щодо нього; порушення ним вимог до обмеження сумісності діяльності із іншою роботою (діяльністю), які встановлені Законом України “Про місцеве самоврядування в Україні”; визнання його судом недієздатним або ж і безвісно відсутнім; його смерті; рішення місцевого референдуму чи міської ради, яке приймається шляхом таємного голосування не менш, як двома третинами голосів депутатів від її загального складу.

У Розділі IV “Міська рада, посадові особи ради” встановлюється порядок формування міської ради за результатами вільних виборів, які періодично проводяться на основі загального, рівного та прямого виборчого права шляхом таємного голосування членів територіальної громади міста. Окрім самих депутатів, до складу міської ради входить за посадою і міський голова. **Секретаріат міської ради** утворюється нею самою та здійснює організаційне, правове, інформаційне, аналітичне, матеріально-технічне та інше забезпечення діяльності ради та її органів і депутатів. Інші статті цього ж розділу Статуту присвячуються створенню, повноваженням та організації роботи **виконавчого комітету** міської ради. Вона у межах затверджених нею самою структур та їхніх штатів із метою якісного здійснення повноважень, які належать виконавчим органам, створює відповідні структурні підрозділи та інші виконавчі органи міської влади. За потреби за пропозицією міського голови нею можуть ухвалюватись обґрунтовані рішення і про необхідні зміни у їхньому складі. При цьому **статутот територіальної громади міста передбачаються і визначальні повноваження цих виконавчих органів міської ради.**

Розділ V “Органи самоорганізації населення”. Це представницькі органи мешканців міста, складова системи його самоврядування – комітети та інші органи, які створюються і діють лише із дозволу місцевої ради у межах будинків, вулиць, кварталів, мікрорайонів та окремих мікроструктур міста відповідно до

ст. 14 Закону України “Про місцеве самоврядування в Україні” [2].

Матеріальну, як і фінансову основу місцевого самоврядування викладено у розділі V Статуту. Таким матеріальним та фінансовим підґрунтям належного функціонування місцевого самоврядування у місті є рухоме і нерухоме майно та доходи місцевих бюджетів і небюджетні цільові, у тому числі валютні та інші кошти, земля і природні ресурси, які належать до власності громади міста або знаходяться у її управлінні. Ті матеріальні та фінансові ресурси, які перебувають у комунальній власності міста і є надбанням усієї його громади, відтак їхня недоторканість захищається законом. Порядок формування і використання матеріального та фінансового підґрунтя місцевого самоврядування і відповідні повноваження його органів у такій сфері визначені Конституцією України [1] та законом України “Про місцеве самоврядування в Україні” [2], іншими нормативно-правовими актами і Статутом [14].

У розділі VI Статуту викладені конституційні гарантії місцевого самоврядування і відповідальність їх органів та посадових осіб. У його заключних положеннях відмічається, що він приймається міською радою не менше, ніж двома третинами голосів її депутатів та підлягає обов’язковій реєстрації у Міністерстві України, набуваючи чинності із дня його офіційної публікації.

Процеси децентралізації державного управління реалізуються шляхом обов’язкового перегляду різних функцій органів державної виконавчої влади з подальшим перерозподілом владних повноважень між державними та самоврядними органами місцевого та регіонального рівнів. Ті повноваження і компетенція, які відповідно до закону “Про місцеве самоврядування в Україні” [2] здійснюють місцеві виконавчі органи, розподіляються на *власні* (самоврядні) та *делеговані*. Їхній аналіз приводить до висновку, що значне коло делегованих державою функцій за своєю суттю є винятково місцевими справами. Водночас потрібно враховувати, що розподіл та передача функцій і повноважень за рівнями управління обов’язково мають здійснюватись знизу вгору, наділяючи органи нижчих рівнів, які ближчі до населення, найбільшою компетенцією, яку вони лише і зможуть кваліфіковано виконувати. Органи місцевого самоврядування у межах, які встановлюються законом, наділя-

ються повною свободою дій у здійсненні власних ініціатив із будь-якого питання, яке не виключене з їхньої компетенції та не віднесене до компетенції іншого органу влади. При цьому ж і кожна із ланок самоврядування наділяється також власною компетенцією, у межах якої та діє незалежно і самостійно.

Там, де є справжнє самоврядування, немає жодної підпорядкованості органів влади одних територіальних одиниць іншим із підстав розподілу між ними повноважень, які б не пересікались, та дії горизонтальних договірних зв'язків і відносин. Для прикладу, таке сполучення невеликих самоврядних територіальних громад призведе до об'єднання і уточнення функцій у новому центрі управління, а потреба у виконанні міжрегіональних функцій – до їхнього делегування органам вищого рівня – районній або ж обласній раді тощо. Будь-які із цих повноважень повинні передаватись іншому органу влади із врахуванням обсягу та природи отриманого завдання і вимог належної ефективності та відповідної економії виділених на це бюджетних коштів [16].

У відповідності із Конституцією України [1] і Законом “Про місцеве самоврядування в Україні” [2] за місцевим самоврядуванням закріплено виключне право на комунальну власність та гарантується його захист законом на рівних умовах із правами власності інших суб'єктів. Це вимагає негайного врегулювання цілої низки проблем і протиріч, **що належить усунути муніципальній реформі**. Подальше формування та реформування фінансово-матеріальної бази місцевого самоврядування в цілому і комунальної власності зокрема має відбуватись **на основі функціонального підходу** – у відповідності із покладеними на місцеві органи функціями та інтересами населення міста, що дає змогу забезпечити ефективне функціонування місцевого господарства. До того ж для досягнення відповідності обсягу місцевих фінансів законодавчо наданим місцевим органам влади повноваженням **обов'язково потрібна реформа бюджетної системи України** [17]. Територіальній громаді як самоврядному колективу належить мати автономний, відокремлений від державного місцевий бюджет. І, як цього вимагає Європейська хартія місцевого самоврядування [8], усі “...фінансові системи, на яких ґрунтуються кошти місцевих органів самоврядування, мають бути різноманітними і гнучкими, щоби належно слідкувати за зміною витрат, які ви-

никають при здійсненні власної компетенції усіх місцевих органів”. Тому потрібно в обов'язковому порядку ліквідувати усі місцеві небюджетні фонди, які й стають основою для різноманітних зловживань та приховування дохідних джерел бюджету. Це унеможливило і визначення реальних меж його відповідного (повноцінного) наповнення та використання.

До недоліків існуючої моделі самоврядування слід віднести і те, що за наявної неоднороззначності та розмаїття територіальних спільнот і соціально-економічних умов та національних особливостей територій, має місце жорстка регламентація і уніфікація підходів до послідовної розбудови системи управління відповідними адміністративно-територіальними одиницями. Таке ставлення до управління характеризується відчутною неповороткістю та одноманітністю, не може врахувати конкретних територіальних особливостей, що стримує ініціативу на місцях і демократизацію суспільства в цілому. Сьогодні ж право на впровадження власної організаційно-правової форми муніципального управління та визначення кількісного складу виконавчого апарату і відносин з найманим персоналом є предметом експериментів, які держава дозволяє здійснювати на власний розсуд окремим адміністративним одиницям, наприклад, у м. Ірпені, селищах Буча, Ворзель, Гостомель, Коцюбинське Київської області [18]. Настав час надати більші права усім органам місцевого самоврядування, зокрема, самостійно визначати власну організаційно-функціональну структуру, змінюючи її залежно від об'єктивних і суб'єктивних обставин. Для прикладу, у муніципалітаріях (міських поселеннях зі статусом корпорації, що і дає їм право управляти своїми справами) **менеджмент здійснюється за такими схемами: мер – рада, мер – рада – адміністратор; рада – адміністратор; застосовують і відповідну комісійну схему**.

Для утвердження справжньої демократії необхідний подальший розвиток громадських інститутів, які сприяють становленню територіальних громад як носіїв місцевого самоврядування і його активній участі у прийнятті визначальних рішень стосовно життєзабезпечення місцевої громади, створюючи і відповідні умови для безпосереднього волевиявлення населення через загальні збори громадян та в окремих найважливіших випадках – і місцевих референдумів; підтримувати територіальну самоорганізацію населення (зокрема, громад-

ські комітети та ради мікрорайонів і житлових комплексів та домові, вуличні, квартальні, дільничні, селищні, сільські комітети тощо). У Європі із метою полегшення територіального менеджменту формуються нові партнерські стосунки між державою і місцевими громадами, що володіють вільним самоврядуванням у межах закону та із використанням так званих позитивних прав. Їх здійснення – насамперед на працю та гідні соціальне забезпечення, медичне обслуговування, чисте навколишнє природне середовище та інші соціальні, економічні, екологічні права – у європейських державах реалізується зразу на двох рівнях – конституційному і місцевого самоврядування. Так, у 1992 році Постійною конференцією місцевих і регіональних органів влади Європи (CLRAE) Ради Європи прийнято “Європейську декларацію прав міст” [19], де відображені й належні зобов’язання добиватись забезпечення жителів європейських міст рівних прав у розв’язанні їх життєвих проблем (правова та екологічна безпека, робота і житло, охорона здоров’я тощо).

У моделях децентралізованого типу у контексті контролю за діяльністю на місцях громад, яка здійснюється місцевими держадміністраціями, має переважати адміністративний нагляд саме за законністю, а не доцільністю їхніх дій. Такий контроль на практиці доповнюється фінансовою опікою. *Адміністративний нагляд та фінансова опіка – взаємодоповнюючі його види.* Наприклад, якщо перший з них послаблюється, то державні органи посилюють фінансовий контроль за доцільністю дій місцевих рад. При цьому слід виходити із того, що повноваження органів місцевого самоврядування не можуть бути заперечені або ж обмежені іншим органом влади – центральним чи регіональним. Це має відбуватись тільки у межах, які встановлені законом. Здійснення адміністративного нагляду передбачається лише у формах та у випадках, теж визначених чинним законодавством. Предметом контролю є дотримання законності та конституційних принципів (а не доцільність тих або інших органів самоврядування) і виконання делегованих повноважень. А забезпечення правового захисту місцевого самоврядування реалізується через суд (систему судів і виділення зазначених питань у окрему галузь права).

Щонайповніше цей підхід здійснюється *в моделі регіональної автономії*: центральний уряд та його органи позбавляються права адміністративного втручання у життєдіяльність

місцевих громад. Єдиною формою нагляду у цьому випадку є діяльність законодавчої та судової гілок влади. Розвинена судова система [20] притаманна самоврядному типу управління та є умовою контролю територіальної громади та її окремих членів за належною діяльністю органів і посадових осіб місцевого самоврядування та органів самоорганізації населення. При цьому, як це вже зазначалось нами, у світовій практиці контрольні функції щодо місцевого самоврядування реалізуються тільки за умови безумовного дотримання і законності (а не доцільності) дій відповідних місцевих органів самоврядування і голів, які їх очолюють, спираючись на добре розвинену судову систему. Одночасно ліквідується і будь-який загальний нагляд за діяльністю місцевих громад та їх установами. Європейська хартія місцевого самоврядування [10] його мету і доцільність трактує так: “Адміністративний нагляд над органами місцевого самоврядування належить здійснювати таким чином, щоб ступінь втручання контролюючого органу відповідав значущості тих інтересів, які ці втручання і повинні належно захистити”.

Формування і реалізація регіональної економічної політики – справа спільних синхронних та узгоджених дій органів територіально-адміністративних одиниць. В основі технології її реалізації повинні бути чітко визначені дії влади кожного рівня. А пошук гармонії інтересів із багатьох варіантів має здійснюватись за кожною групою товарів та послуг на підвалинах різноманітних маркетингових досліджень. За цієї концептуальної моделі слід від територіального управління трудовими колективами і людьми поступово переходити до управління внутрішнім і зовнішнім середовищами територій, напрацьовуючи нові інструменти впливу на них. На таких засадах *потрібно перейти до менеджменту балансу попиту і пропозиції*. Для успішної діяльності на ринку виробникам та споживачам необхідна інформація, яку вони отримують завдяки маркетинговим дослідженням, зокрема, *сегментації ринків*. Поскільки відповідним ринкам товарів і послуг властиві специфічні риси, то при здійсненні їх сегментації саме вони і є визначальною основою. *Регіональний маркетинг* дає можливість за допомогою різних відомих науці та практиці концептуальних підходів використовувати виробництво не лише для отримання максимального прибутку, а вирішувати триєдине внутрішньо суперечливе завдання: одержання

виробником максимального за певних умов прибутку; повне кількісне, структурне і якісне задоволення потреб; забезпечення довгострокових інтересів суспільства – виробничої та кінцевої ефективності. Для цього зазвичай включають ефективні важелі докорінного піднесення ділової активності. А регіональні ринки розподіляються на сегменти відповідно до наявних природно-ресурсних особливостей, конкурентних переваг і тенденцій, цілей розвитку тощо. На цій основі формуються відповідні бізнес-пропозиції, що акцентують увагу передовсім на важливих особливостях і сильних сторонах територій: чітко визначаються цільові ринки; повно відображається як їхня економіка вписується у регіональну та загальнодержавну моделі; передбачаються потенціал і проблеми, які віддзеркалюють унікальні можливості територій; надаються відповіді на різні, у тому числі специфічні питання потенційних підприємців і основних інвесторів. Вони розкривають невикористані ресурси та незадоволені потреби і перспективи підприємництва, доцільність (ступінь ризику) інвестиційних вкладень, доводять цю інформацію до якнайширшого загалу усіма доступними найефективнішими засобами найсучасніших ринкових інформаційно-комунікативних та за допомогою і усіх інших наявних у них на цей час організаційно-технічних можливостей [21].

Висновки. *Отже, враховуючи зазначене,* управління соціально-економічним розвитком регіону повинне забезпечити його сталий прогрес, чим передбачається і збалансоване врегулювання наявних проблем та збереження природно-ресурсного потенціалу і надійного біосферного простору для задоволення усіх життєво необхідних потреб людей і сучасного українського суспільства в цілому. При цьому вже складалась загалом доцільна система розбудови регіонів, однак їй притаманний сьогодні досить істотний недолік – надмірна централізація відповідного менеджменту територій, до того ж на шкоду місцевому самоврядуванню. Тож, і серед основних завдань у цьому напрямку слід особливо виокремити необхідність його поступового наближення до вимог, що містяться у Європейській хартії місцевого самоврядування, особливо в умовах подальшої невинної інтеграції України у європейський, зокрема, Євросоюзу, і світовий економічний та політичний простори.

Література

1. Конституція України (зі змін. і доп.). Ухвалена Законом України від 28. 06. 1996 року № 254к/96-ВР [Електронний ресурс]. – Режим доступу: zakon3.rada.gov.ua.
2. Закон України від 21. 05. 1997 року № 280/97-ВР) “Про місцеве самоврядування в Україні” (зі змін. і доп.) [Електронний ресурс]. – Режим доступу: zakon2.rada.gov.ua.
3. Закон України від 05. 04. 2001 року № 2365-III “Про політичні партії в Україні” (зі змін. і доп.) [Електронний ресурс]. – Режим доступу: zakon3.rada.gov.ua.
4. Зварич І. Т. Пошуки української мови парламентської опозиції / Зварич І. Т., Дутчак Ж. І. // Сучасна українська політика. Політики і політологи про неї. – К.: Український центр політ. менедж., 2009. – Вип. 18. – С. 28-37.
5. Зварич І. Т. Право на політичне представництво як ресурс врегулювання етнополітичних та регіональних конфліктів в Україні / Зварич І. Т. // Нова парадигма: [журн. наук. праць] / гол. ред. В. П. Бех; Нац. пед. ун-т імені М. П. Драгоманова; Творче об’єднання “Нова парадигма”. – Вип. 84. – К.: Вид-во НПУ імені М. П. Драгоманова, 2009. – С. 100-113.
6. Зварич І. Т. Політико-правові засади референдумів в Україні: політологічний контекст / Зварич І. Т. – Віче, 2012. – С. 14.
7. Закон України від 22. 03. 2012 року № 4572-VI “Про громадські об’єднання” (зі змін. і доп.) [Електронний ресурс]. – Режим доступу: zakon3.rada.gov.ua.
8. Указ Президента України від 22. 07. 1998 року № 810/98 “Про заходи щодо впровадження Концепції адміністративної реформи в Україні” [Електронний ресурс]. – Режим доступу: zakon5.gov.ua.
9. Закон України від 09. 04. 1999 року № 586-XIV “Про місцеві державні адміністрації” (зі змін. і доп.) [Електронний ресурс]. – Режим доступу: zakon2.rada.gov.ua.
10. Європейська хартія місцевого самоврядування [Електронний ресурс]. – Режим доступу: uk.m.wikipedia.org.
11. Закон України від 15. 07. 1997 року № 452/97-ВР “Про ратифікацію Європейської хартії місцевого самоврядування” [Електронний ресурс]. – Режим доступу: zakon3.rada.gov.ua.
12. Экономическая и социальная политика Франции: Подготовлено Генеральным комиссариатом планирования. – Париж, 1992.
13. Спіфанов А. О. Управління регіоном: навч. посібн. / Спіфанов А. О., Мінченко М. В., Додашев Б. А.; за заг. ред. д-ра екон. наук А. О. Спіфанова. – Суми: ДВНЗ “УАБС НБУ”, 2008. – 361 с.
14. Структура виконавчого комітету Івано-Франківської міської ради [Електронний ресурс]. – Режим доступу: mvk.if.ua.
15. Статут територіальної громади міста Львова [Електронний ресурс]. – Режим доступу: Lvivrada.gov.ua.
16. Пухтинский Н. А. Аппарат исполкома местного Совета и информационное обеспечение его работы / Н. А. Пухтинский [и др.]. – К., 1999. – 208 с.
17. Бюджетний кодекс України (зі змін. і доп.). Затверджений Законом України від 08. 07. 2010 року № 2456-VI [Електронний ресурс]. – Режим доступу: zakon0.rada.gov.ua.
18. Закон України від 05. 04. 2001 року № 2352-III “Про державно-правовий експеримент розвитку місцевого

го самоврядування в місті Ірпінь, селища Буча, Ворзель, Гостомель, Коцюбинське Київської області” (зі змін. і доп.) [Електронний ресурс]. – Режим доступу: zakon2.rada.gov.ua.

19. Європейська декларація прав міст (18 березня 1992 року) [Електронний ресурс]. – Режим доступу: studfiles.net.

20. Закон України від 02. 06.2016 року № 1402-VIII “Про судоустрій і статус суддів” (зі змін. і доп.) [Електронний ресурс]. – Режим доступу: zakon3.rada.gov.ua.

21. Зварич І. Т. Про стратегію сталого розвитку Івано-Франківщини до 2015 року / Зварич І. Т. // Наук. вісті Івано-Франківського ін-ту менеджменту та економіки “Галицька академія”. Матер. 1-ї наук.-техн. конф. за міжнар. участю “Еколого-економічні проблеми Карпатського євро регіону”, 24-29. 05. 2004 року. – Івано-Франківськ, 2004. – № 1 (5). – С. 12-22.

22. Зварич І. Т. Організація управління процесом реалізації стратегії розвитку регіону / Зварич І. Т., Кузьмин В. М., Федорук З. І. // Соціально-економічні дослідження в перехідний період. Стратегічне планування регіонального розвитку (Зб. наук. праць). Вип. 5 (XLIX) НАН України. Ін-т регіональних досліджень. Редкол.: відп. ред. акад. НАН України М. І. Долішній. – Львів, 2004. – С. 21-29.

23. Зварич І. Т. Деякі особливості інвестиційної діяльності в областях Карпатського регіону / Зварич І. Т., Зварич О. І. // Наук.-інформ. вісник Івано-Франківського ун-ту права імені Короля Данила Галицького. – Івано-Франківськ: Ред.-вид. відділ Івано-Франківського ун-ту права імені Короля Данила Галицького, 2013. – Вип. 8. – 195-204; Зварич І. Т. Регіон у системі міжнародних конкурентних відносин / Зварич І. Т., Зварич О. І. // Вісник Прикарпатського ун-ту. Економіка. 2015. – Івано-Франківськ.: Плай, 2015. – С. 33-38; Зварич І. Т. Щодо доцільності використання інноваційних технологій стратегічного планування місцевого соціально-економічного розвитку на рівні сільських громад / Зварич І. Т., Прокопенко О. Ю., Петренко В. П. // Наук. вісник Чернівецького торговельно-економічного ін-ту КНТЕУ. – Чернівці: АНТ ЛТД, 2004. – Вип. IV. – С. 247-257.

1. Konstytutsija Ukrainy (zi zmin. i dop.). Uhvalena Zakonom Ukrainy vid 28. 06. 1996 roku № 254k/96-VR [The Constitution of Ukraine (amend. and sup.). Approved by the Law of Ukraine on the 28th of June 1996 №. 254k / 96-VR]. – zakon3.rada.gov.ua. – Retrieved from <http://zakon3.rada.gov.ua> [in Ukr.].

2. Zakon Ukrainy vid 21. 05. 1997 roku № 280/97-VR) “Pro mistseve sa-movriaduvannya v Ukraini” (zi zmin. i dop.) [Law of Ukraine dated 21. 05. 1997 № 280/97-VR “On Local Self-Government in Ukraine” (amend. and sup.)]. – zakon2.rada.gov.ua. – Retrieved from <http://zakon2.rada.gov.ua> [in Ukr.].

3. Zakon Ukrainy vid 05. 04. 2001 roku № 2365-III “Pro politychni partiji v Ukraini” (zi zmin. i dop.) [Law of Ukraine No. 2365-III of 05.04.2002 “On Political Parties in Ukraine” (amend. and sup.)] – zakon3.rada.gov.ua. – Retrieved from <http://zakon3.rada.gov.ua> [in Ukr.].

4. Zvarych I. (2009). Poshuky ukrajinskoji modely parlamentskoji opozy-tsiyi / Zvarych I., Dutchak Zh. [The search for the Ukrainian language of the parliamentary opposition]. *Suchasna ukrajinska polityka Polityky i politolohy pro nei*, – K.: *Ukrajinskyj tsentr polit. Menedzh.*, Issue18. – P. 28-37 [in Ukr.].

5. Zvarych I. (2009). Pravo na politychne predstavnytstvo yak resurs vrehuliuвання etnopolitychnykh ta rehionalnykh konfliktiv v Ukraini / Zvarych I. T. [The right to political representation as a resource for resolving ethno-political and regional conflicts in Ukraine]. *Nova paradyhma: [zhurn. nauk. prats] – Nats. ped. un-t im. M. P. Drahomano-va; Tvorchestvo ob'iednannia “Nova paradyhma”, Issue 84.* – P. 100-113 [in Ukr.].

6. Zvarych I. (2012). Polityko-pravovi zasady referenduviv v Ukraini: politolohichnyj kontekst / Zvarych I. [Political and legal principles of referendums in Ukraine: political context]. – *Viche*. – P. 14 [in Ukr.].

7. Zakon Ukrainy vid 22. 03. 2012 roku № 4572-VI “Pro hromadski obiednannia” (zi zmin. i dop.) [Law of Ukraine dated 22. 03. 2012 № 4572-VI “On Public Associations” (amend. and sup.)]. – zakon3.rada.gov.ua. – Retrieved from <http://zakon3.rada.gov.ua> [in Ukr.].

8. Ukaz Prezydenta Ukrainy vid 22. 07. 1998 roku № 810/98 “Pro zakhody shchodo vprovadzhennia Kontseptsiji administratyvnoi reformy v Ukraini” [Decree of the President of Ukraine dated 22. 07. 1998 № 810/98 “On Measures to Implement the Concept of Administrative Reform in Ukraine”]. – zakon5.rada.gov.ua. – Retrieved from <http://zakon5.rada.gov.ua> [in Ukr.].

9. Zakon Ukrainy vid 09. 04. 1999 roku № 586-XIV “Pro mistsevi derzhavni administratsiji” (zi zmin. i dop.) [Law of Ukraine № 586-XIV of 09. 04. 04 “On Local State Administrations” (amend. and sup.)]. – zakon2.rada.gov.ua. – Retrieved from <http://zakon2.rada.gov.ua> [in Ukr.].

10. Yevropeiska khartija mistsevoho samovriaduvannya [European Charter of Local Self-Government]. – *uk.m.wikipedia.org*. – Retrieved from <http://uk.m.wikipedia.org> [in Ukr.].

11. Zakon Ukrainy vid 15. 07. 1997 roku № 452/97-VR “Pro ratyfikatsiju Yevropejskoji khartiji mistsevoho samovriaduvannya” [Law of Ukraine № 452/97-VR of 15. 07. 1997 “On ratification of the European Charter of Local Self-Government”]. – zakon3.rada.gov.ua. – Retrieved from <http://zakon3.rada.gov.ua> [in Ukr.].

12. Ekonomycheskaja y sotsyjalnaja polityka Frantsyy: Podhotovleno Heneralnymi komysaryatom planyrovanyia [Economic and Social Policy of France: Prepared by the General Planning Commissariat]. – *Paryzh*, 1992 [in Rus.].

13. Yepifanov A. (2008). Upravlinnia rehionom: navch. posibn. / Yepifanov A., Minchenko M., Dodashev B. [Governor of the region: headache]. – *Summy: DVNZ – “UABS NBU”*. – 361 p. [in Ukr.].

14. Struktura vykonavchoho komitetu Ivano-Frankivskoji miskoji rady [The structure of the executive committee of Ivano-Frankivsk city council]. – *mvk.if.ua*. – Retrieved from <http://mvk.if.ua> [in Ukr.].

15. Statut terytorialnoji hromady mista Lvova [Statute of the territorial community of the city of Lviv]. – *lvivrada.gov.ua*. – Retrieved from <http://lvivrada.gov.ua> [in Ukr.].

16. Pukhtynskij N. (1999). Apparat yspolnoma mestnoho Soveta y ynformatsyonnoe obespechenye eho raboty / Pukhtynskij N. [Office of the executive committee of the local Council and information support for its work]. – *K.* – 206 p. [in Rus.].

17. Biudzhethnyj kodeks Ukrainy (zi zmin. i dop.). Zatverdzhennyj Zakonom Ukrainy vid 08. 07. 2010 roku № 2456-VI [Budget Code of Ukraine (amend. and sup.)]. Approved by the Law of Ukraine from 08. 07. 2010 № 2456-VI]. – zakon0.rada.gov.ua. – Retrieved from <http://zakon0.rada.gov.ua> [in Ukr.].

18. Zakon Ukrainy vid 05. 04.2001 roku № 2352-III "Pro derzhavno-pravovyy eksperyment rozvytku mistsevoho samovriaduvannya v misti Irpin, selyshchakh Bucha, Vorzel, Hostomel, Kotsiubynske Kyivskoji oblasti" (zi zmin. i dop.) [Law of Ukraine dated 05.04.2001 № 2352-III "On state-legal experiment of local self-government development in the city of Irpin, villages of Bucha, Vorzel, Gostomel, Kotsyubinskoe of the Kiev region" (amend. and sup.)]. – zakon2.rada.gov.ua. – Retrieved from <http://zakon2.rada.gov.ua> [in Ukr.].

19. Yevropejska deklaratsija prav mist (18 bereznia 1992 roku) [European Declaration of the Rights of Cities (March 18, 1992)]. – *studfiles.net*. – Retrieved from <http://studfiles.net> [in Ukr.].

20. Zakon Ukrainy vid 02. 06.2016 roku № 1402-VIII "Pro sudoustrij i status suddiv" (zi zmin. i dop.) [Law of Ukraine dated 02. 06. 2016 № 1402-VIII "On the judicial system and the status of courts" (amend. and sup.)]. – zakon3.rada.gov.ua. – Retrieved from <http://zakon3.rada.gov.ua> [in Ukr.].

21. Zvarych I. (2004). Pro stratehiju staloho rozvytku Ivano-Frankivshchyny do 2015 roku / Zvarych I. [About the strategy of sustainable development of Ivano-Frankivsk region till 2015]. // *Nauk. visti Ivano-Frankivskoho in-tu*

menedzhmentu ta ekonomiky "Halyska akademija". Mater. 1-i nauk.-tekhn. konf. za mizhnar. uchastiu "Ekoloho-ekonomichni problemy Karpatskoho yevrorehionu", 24-29. 05. 2004 roku. – *Ivano-Frankivsk. – № 1 (5)*. – P. 12-22 [in Ukr.].

22. Zvarych I. T. (2004). Deiaki osoblyvosti investytsiinoji diialnosti v oblastiakh Karpatskoho rehionu / Zvarych I. T., Zvarych O. I. [Some features of investment activity in the regions of the Carpathian region]. *Nauk.-inform. visnyk Ivano-Frankivskoho un-tu prava im. Korolia Danyla Halyskoho. – Ivano-Frankivsk: Red.-vyd. viddil Ivano-Frankivskoho un-tu prava im. Korolia Danyla Halyskoho, Issue. 8. – P. 195-204*; Zvarych I. T. (2015). Rehion u systemi mizhnarodnykh konkurentnykh vidnosyn / Zvarych I. T., Zvarych O. I. [The region in the system of international competitive relations]. – *Visnyk Prykarpatskoho un-tu. Ekonomika. – Ivano-Frankivsk.: Plai, P. 33-38*; Zvarych I. T. (2004). Shchodo dotsilnosti vykorystannya innovatsiinykh tekhnolohiji stratehichnoho planuvannya mistsevoho sotsialno-ekonomichnoho rozvytku na rivni silskykh hromad / Zvarych I. T., Prokopenko O. Yu., Petrenko V. P. [Concerning expediency of using innovative technologies of strategic planning of local socio-economic development at the level of rural communities]. – *Nauk. visnyk Chernivetskoho torhov.-ekonom. in-tu KNTEU. – Chernivtsi: ANT Ltd, Issue. IV. – P. 247-257* [in Ukr.].

УДК 330.322(477) : 353

Пилипів Н. І., Ємець О. І.

СУЧАСНІ ПІДХОДИ ДО УПРАВЛІННЯ ІНВЕСТИЦІЙНОЮ ДІЯЛЬНІСТЮ

У статті розглянуто окремі підходи щодо управління інвестиційною діяльністю. Узагальнено й критично проаналізовано різні погляди щодо можливостей економічного зростання в Україні. Запропоновано ієрархію

рівнів управління інвестиційною діяльністю.

Ключові слова: *інвестиційна діяльність, управління інвестиційною діяльністю, менеджмент інвестиційної діяльності.*

Pylypiv N. I., Yemets O. I.

CURRENT APPROACHES TO INVESTMENT ACTIVITY MANAGEMENT

The article considers separate approaches to management of investment activity. Summarized and critically analyzed thoughts about the possibilities of economic growth in Ukraine.

A hierarchy of investment activity management levels is proposed.

Key words: *investment activity, investment activity management, investment activity management.*

Вступ. Під час дослідження різних підходів до управління інвестиційною діяльністю нами встановлено, що існує багатовекторне розуміння сутності даної задачі. Інвестиційну діяльність розглядати доцільно на двох головних рівнях – макроекономічному та мікроекономічному. Відповідно до них, управління на першому рівні здійснюється через державний

механізм, а на другому через внутрішній механізм підприємства.

Можна констатувати, що в науковій економічній літературі відсутній єдиний підхід до управління інвестиційною діяльністю, що створює певні перепони на шляху до своєчасного попередження кризових явищ як в державі, так і на підприємстві.

Постановка завдання. Питання управління інвестиційною діяльністю, які останнім часом набули особливої значущості, представлені в українській науковій літературі з позицій менеджменту.

Дану проблематику вивчали науковці: Войнаренко М. П., Єліфанова І. Ю. [1], Гриньова В., Ястремська О. [3], Ємець О.І., Бабінець В. М. [4], Левицький В. В. [6], Федорчак О. В. [11] та інші.

Проте, у авторів відсутні єдині підходи щодо трактування дефініції «управління інвестиційною діяльністю». Тому, нами запропоновано розглянути сучасні підходи до управління інвестиційною діяльністю на двох головних рівнях: макроекономічному та мікроекономічному.

Результати. Досвід країн, в яких створили економічне диво, показує, що тільки зосередження особливої уваги на внутрішніх ресурсах може забезпечити країні швидкий, але довгостроковий економічний розвиток. Тому, нам не слід очікувати, що будь-яка зміна українського уряду призведе до економічного прориву.

Основою економічного зростання будь-якої країни слугує активна інноваційно-інвестиційна діяльність на базі використання досягнень науково-технічного прогресу. Структурну перебудову української економіки можна здійснити лише за умови пріоритетності інноваційного шляху розвитку, а також утвердити Україну як конкурентоспроможну високотехнологічну державу [8].

Динаміка росту ВВП зображена на рис. 1.

Якщо вивчити досвід таких країн, як Японія, Південна Корея, Китай, ми зауважимо, що прямі іноземні інвестиції там становили мізерну частину. Всупереч поширеній думці, країни Південно-Східної Азії зробили наголос на внутрішніх, а не на іноземних інвестиціях.

Інвестиційна складова економічного розвитку є сукупністю нормативно-правових, інституційних, соціальних і екологічних умов, що визначають тип і динаміку відтворювального процесу і забезпечують надійність відшкодування та ефективність використання вкладеного капіталу [7].

Динаміка прямих іноземних інвестицій, чистий приплив (в% від ВВП) зображена на рис. 2.

Так, за інформацією Світового банку, в Японії та Південній Кореї, при високому довгостроковому економічному зростанні, щорічні прямі іноземні інвестиції до 1997 року не перевищували 0,5% від ВВП. Що стосується Китаю, то іноземці вкладають у китайську економіку щороку 1-6% ВВП. Однак 70-80% іноземних інвестицій у Китай – це китайські інвестиції етнічних китайців (хуацяо) – з Гонконгу, Сінгапуру і офшорів, перш за все, з Віргінських островів.

При цьому загальні інвестиції перевищували прямі іноземні інвестиції в Японії в 350 разів (30-35% ВВП), в Південній Кореї – в 40 разів (20-30% ВВП), а в Китаї – в 10-30 разів (30-45% ВВП).

На фоні цих країн Україна здається справжнім клондайком для прямих іноземних інвестицій, які досягли свого піку протягом 2005-2012 років і становили близько 5-7,5% ВВП, що вище, ніж у Китаї, і в багато разів вище, ніж у Японії та Південній Кореї.

Однак, на жаль, економічного дива не сталося. І не могло статися, тому що загальні інвестиції за цей період становили близько 20% ВВП, а в 2013-2015 роках взагалі зменшилися до 10-12% ВВП. Крім слабого рівня інвестицій, для України характерний слабкий розвиток інфраструктури. В цілому з 1990-х валові накопичення в основний капітал в Україні зменшилися в п'ять разів.

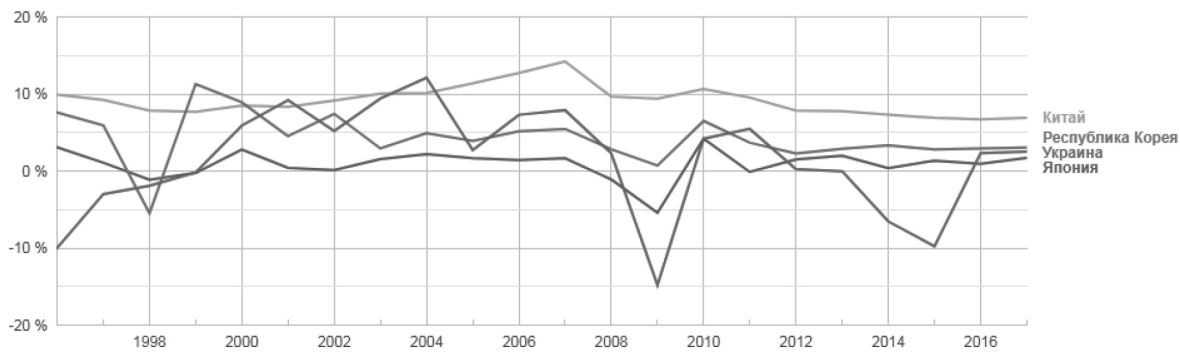


Рис 1. Динаміка росту ВВП, у % [10]

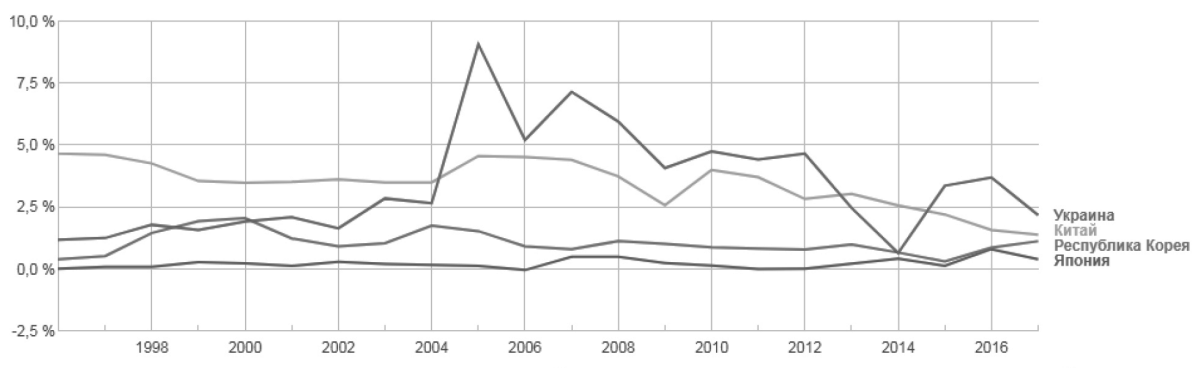


Рис. 2. Динаміка прямих іноземних інвестицій, чистий приплив (в% від ВВП) [10]

Іноді закрадається думка про те, що економічному прориву зможуть допомогти кредити МВФ і приватизація. Однак і тут нас чекає невдача, як і в випадку з прямими іноземними інвестиціями. Адже кредити міжнародних фінансових організацій ідуть, перш за все, на виплату попередніх боргів, тобто повертаються кредиторам, а не скеровуються на розвиток економіки, що є вагомим недоліком. В Україні в 2014-2015 роках обсяг отриманих кредитів (\$20 млрд) дивним чином збігся з сумою виплат попередніх зовнішніх боргів (також близько \$20 млрд).

До речі, аналогічна ситуація і з Грецією – з 216 млрд євро, отриманих у вигляді кредитів від МВФ, Євросоюзу і Європейського центрального банку, 95% пішло назад кредиторам на виплату попередніх позик, відсотків за ними і на капіталізацію банків. Тому, незважаючи на, здавалося б, величезну кредитну підтримку, влада Греції два вчергове скоротила витрати на пенсії і підвищила податки. Аналогічне очікує і Україну, якщо не відбудеться змін у державній економічній політиці.

Що стосується ефекту від очікуваної приватизації, то слід зазначити, що частка державних підприємств в українській економіці протягом останніх п'яти років становить лише 10% (за методологією Мінекономрозвитку). Тож розмови про те, що продавши окремі держпідприємства, країна отримає небачений досі приплив капіталу, не мають під собою підстав. За таким алгоритмом, решта 90% української економіки, що знаходяться в приватних руках, повинні бути закидані прямими іноземними інвестиціями. Необхідно створити рівні правила гри для всіх форм власності, а не намагатися разово покрити дефіцит бюджету розпродажем держвласності за викидними цінами.

Як показує досвід інших країн, якщо Україна прагне довгострокового економічного зрос-

тання або навіть економічного дива, потрібно, перш за все, розраховувати на внутрішні ресурси.

В Україні спостерігаються серйозні проблеми – замість збільшення внутрішніх резервів відбувається їх фактичне зменшення, як факти наведемо наступне:

витік капіталу в офшори становить щороку близько \$15 млрд або 10-15% ВВП, які можна було б інвестувати у національну економіку;

доходи від експорту за 2014-2015 роки знизилися на \$30 млрд, і тенденція зниження продовжується;

за останні два роки валютні депозити українських громадян у банках скоротилися майже в три рази – з \$23 млрд до \$8,7 млрд, тобто \$14,3 млрд виключено з потенційного інвестиційного ресурсу;

обсяги кредитів реальному сектору економіки знизилися на 20-25%, ця тенденція триває.

Підсумовуючи вищесказане, Україна тільки за два останні роки втратила понад \$70 млрд потенційних внутрішніх інвестицій, і продовжує їх втрачати в 2016-му. На цьому тлі очікуваний черговий транш від МВФ у розмірі \$1,7 млрд або давно очікувані надходження від приватизації в сумі \$0,7 млрд виглядають, м'яко кажучи, непереконливо.

Практика засвідчує, що прямі іноземні інвестиції, зовнішні кредити і приватизація – це не ключові, але тільки допоміжні інструменти економічної політики. Лише акцент на внутрішніх інвестиціях може вивести економіку України з кризи і забезпечити довгострокове економічне зростання.

Ліберальна податкова політика, забезпечення захисту прав власності (як приватної, так і державної) і верховенство права дозволять повернути довіру внутрішнього інвестора і нададуть такий необхідний капітал для розвитку

української економіки. А за ним заодно підтягнеться й іноземний інвестор і кредитор.

Формування інвестиційних ресурсів забезпечує фінансування інвестиційної діяльності підприємства, входження у систему стратегічних цілей його розвитку. Для забезпечення ефективного управління цим процесом розробляється стратегія формування інвестиційних ресурсів з різних джерел відповідно до потреб розвитку підприємства.

Управління інвестиційною діяльністю – це процес управління всіма аспектами інвестиційної діяльності суб'єкта підприємництва.

Оскільки основною метою управління інвестиційною діяльністю є забезпечення найефективніших шляхів реалізації інвестиційної стратегії підприємства на окремих етапах його розвитку, що в кінцевому підсумку набуває конкретного вираження в максимізації ринкової вартості підприємства та підвищенні добробуту його власників у поточному та майбутніх періодах, то в процесі реалізації цієї мети інвестиційна діяльність спрямовується на вирішення завдань розвитку економіки підприємства.

Завдання управління інвестиційною діяльністю тісно взаємопов'язані та взаємозумовлені. Зокрема, забезпечення високих темпів розвитку підприємств можна досягти як шляхом вибору і здійснення високоприбуткових інвестиційних проєктів, так і прискоренням реалізації інвестиційних програм. У свою чергу максимізація чистого прибутку від інвестиційної діяльності може супроводжуватися і значним підвищенням інвестиційних ризиків, звідси випливає необхідність оптимізації цих показників. Зрештою, мінімізація інвестиційних ризиків одночасно є необхідною умовою забезпечення фінансової стійкості та платоспроможності підприємства у процесі здійснення інвестиційної діяльності.

Зміст управлінського аспекту інвестиційної діяльності підприємства слід розглядати з позиції основних функцій управління, завдяки яким здійснюється взаємодія між суб'єктом і об'єктом: планування, організації, мотивації та контролю. Узгодження функцій досягається координацією, а їх виконання орієнтоване на реалізацію головної мети та системи основних завдань інвестування. Технологію управління інвестиційною діяльністю, тобто процедури його здійснення, аналогічно до технології управління взагалі, можна розглядати з пози-

ції циклічного процесу, що складається з трьох основних етапів, зв'язаних у просторі та часі: інформаційного, який охоплює збирання, передачу, обробку, аналіз і збереження релевантної інформації; логіко-розумового, на якому відбувається розробка і прийняття інвестиційних рішень, та організаційного, змістом якого є організація виконання інвестиційних рішень [5].

Інтеграція зазначених сутнісних сторін інвестиційного менеджменту полягає в тому, що його функції являють собою взаємопов'язаний та взаємозалежний комплекс видів робіт, що виконуються, відповідаючи на питання, що робити, а процедури – цикл управління, указуючи, як робити, тобто конкретні форми реалізації цих робіт, способи та прийоми, що мають забезпечити досягнення встановлених цілей.

Система управління інвестиційною діяльністю реалізує свою головну мету й основні завдання шляхом виконання певних функцій, які діляться на дві головні групи: загальні і специфічні.

У групі загальних функцій управління інвестиційною діяльністю основними такі: розробка інвестиційної стратегії підприємства; створення організаційних структур, що забезпечують прийняття й реалізацію управлінських рішень за всіма аспектами інвестиційної діяльності підприємства; формування ефективних інформаційних систем, що забезпечують обґрунтування альтернативних варіантів інвестиційних рішень; здійснення аналізу різних аспектів інвестиційної діяльності підприємства; здійснення планування інвестиційної діяльності підприємства за основними її напрямками; розробка дієвої системи стимулювання реалізації управлінських рішень у сфері інвестиційної діяльності; здійснення ефективного контролю за реалізацією прийнятих управлінських рішень у сфері інвестиційної діяльності.

У групі специфічних функцій управління інвестиційною діяльністю виділяють: управління реальними інвестиціями; управління фінансовими інвестиціями; управління формуванням інвестиційних ресурсів. Кожна з цих функцій може бути конкретизована з урахуванням специфіки інвестиційної діяльності окремих підприємств. Під час здійснення такої конкретизації на кожному підприємстві може бути побудована багаторівнева функціональна система управління інвестиційною діяльністю.

Дослідження підходів до визначення сутності та теоретичних аспектів управління інвестиційною діяльністю на підприємстві дало підставу для висновку про те, що інвестиційна діяльність – це вид господарської діяльності, пов'язаний із витратами певних ресурсів (землі, грошей, людського капіталу); інвестиційну діяльність варто розглядати не тільки з позиції безпосереднього інвестування ресурсів, але з позиції організації процесу інвестування; цим процесом необхідно управляти; без інвестиційної діяльності неможливий розвиток економіки підприємства [3].

Головною умовою успішного функціонування та розвитку підприємств на всіх стадіях життєвого циклу виступає інвестиційна діяльність, ефективність якої визначається вмінням використовувати сучасні методології управління в умовах формування ринкової економіки.

З огляду на вищесказане, особливого значення набуває проблема розробки дієвого організаційно-економічного механізму та інструментів інвестиційного менеджменту.

Багатовекторність інвестиційної діяльності зумовлює об'єктивну необхідність постійного вдосконалення та розвитку науково-теоретичних, методологічних та методичних засад управління нею в українському високоризиковому економічному просторі.

Під управління інвестиційною діяльністю підприємства будемо розуміти діяльність з організації та координації процесу інвестування, здійснювану шляхом використання системи принципів, організаційно-економічних методів та техніки розробки й реалізації управлінських рішень.

Головна мета інвестиційного менеджменту – підвищення ефективності інвестиційної діяльності – спрямовує його механізм на вирішення наступного комплексу пріоритетних завдань: максимізація різного роду позитивних екстерналій від інвестування та забезпечення на цій основі високих темпів соціально-економічного розвитку суб'єкта інвестиційної діяль-

ності, його конкурентоздатності й максимізації ринкової вартості; забезпечення фінансової рівноваги підприємства (фінансової стійкості та платоспроможності); нейтралізація або мінімізація різного роду ризиків, пов'язаних із інвестуванням тощо [3].

В загальному виді інвестиційну стратегію можна розглядати як довгострокову програму дій підприємства, метою якої є ефективне узгодження його інвестиційних пріоритетів та ресурсів, що потрібні для їх реалізації. В умовах флексибілізації зовнішнього середовища, можливий перегляд цілей інвестування, зміна інвестиційного потенціалу тощо зумовлюють необхідність своєчасного коригування інвестиційної стратегії.

Динаміка індексу капітальних інвестицій за 2016-2017 рр. зображена на рис.3.

У січні-грудні 2017 р. підприємствами та

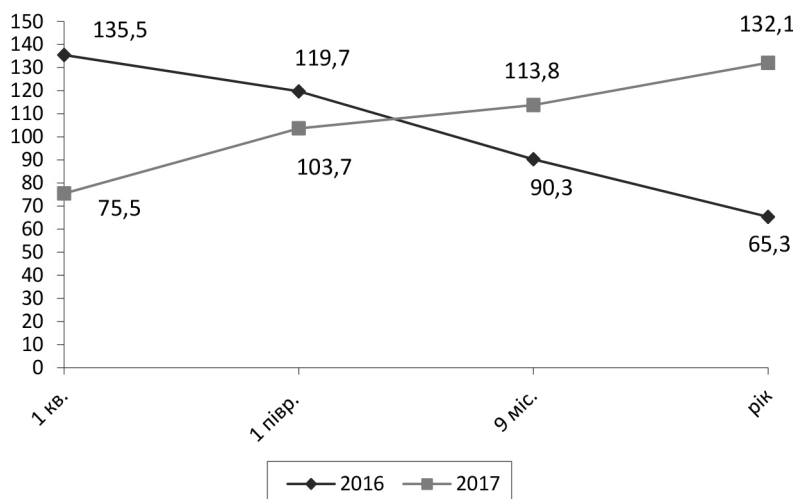


Рис. 3. Індекс капітальних інвестицій (у відсотках до відповідного періоду попереднього року, нарастаючим підсумком) [9]

організаціями Івано-Франківської області за рахунок усіх джерел фінансування освоєно 8972,6 млн.грн капітальних інвестицій, що на 32,1% більше обсягу капітальних інвестицій за відповідний період 2016 р.

Основними джерелами фінансування капітальних інвестицій виступили власні кошти підприємств та організацій, за рахунок яких освоєно 54% загального обсягу, та кошти населення на будівництво житла – 21%.

У таблиці 1 представлено структуру інвестицій за містами та районами Івано-Франківської області у 2017 р.

Вагомі частки капітальних інвестицій освоєно у будівлі та споруди – 54,1% усіх інвестицій, в машини, обладнання та інвентар і транспортні засоби – 42,5%.

Таблиця 1

Капітальні інвестиції за містами та районами Івано-Франківської області

	Освоєно (використано) капітальних інвестицій		
	тис.грн	у % до загального обсягу	на одну особу, грн
Область	8972551	100,0	6509,4
м.Івано-Франківськ	2803063	31,2	11203,3
м.Болехів	77790	0,9	3601,4
м.Бурштин	20491	0,2	1322,0
м.Калуш	287946	3,2	4272,2
м.Коломия	323806	3,6	5343,3
м.Яремче	290302	3,2	12902,3
райони			
Богородчанський	224328	2,5	3195,6
Верховинський	53694	0,6	1754,7
Галицький	121136	1,3	2746,8
Городенківський	159404	1,8	2974,0
Долинський	201823	2,2	2895,3
Калуський	327899	3,7	5510,9
Коломийський	241066	2,7	2425,2
Косівський	188285	2,1	2139,6
Надвірнянський	246992	2,8	2142,2
Рогатинський	130363	1,5	3164,2
Рожнятівський	445079	5,0	6097,0
Снятинський	262248	2,9	4016,0
Тисменицький	2485482	27,7	29945,6
Тлумацький	81354	0,9	1702,0

Джерело [9]

На капітальний ремонт активів спрямовано 852,6 млн.грн капітальних інвестицій (9,5% від загального обсягу). Найбільшу частку капітальних інвестицій було спрямовано у розвиток промисловості (39,4%) та будівництва (27,9%).

У 2016 році надходження прямих інвестицій здійснили інвестори з 19 країн світу. До основних країн-інвесторів, на які припадає 81,4% загального обсягу надходжень інвестицій, належать Сейшельські Острови, Об'єднані Арабські Емірати і Кіпр. Із країн ЄС в економіку області інвестовано 5,9 млн.дол., або 23,5% загального обсягу вкладень.

Найвагоміші обсяги надходжень прямих інвестицій були спрямовані до підприємств оптової та роздрібної торгівлі, ремонту ав-

тотранспортних засобів та мотоциклів – 17,4 млн. дол. і промисловості – 6,2 млн. дол. США.

Висновки. Одним із порівняно не нових, проте дедалі ширше вживаних, є поняття «управління інвестиційною діяльністю», яке є однією з головних умов нормального функціонування і розвитку сфери підприємництва в економіці будь-якої країни і від якого залежить ріст ВВП.

На основі узагальнення підходів різних вчених на сутність поняття «управління інвестиційною діяльністю», запропоновано ієрархію рівнів управління: макроекономічний і мікроекономічний. Управління на них дозволить досягти високого рівня економічного зростання в Україні.

Література

1. *Войнаренко М. П., Єпіфанова І. Ю.* Управління інвестиційною діяльністю промислових підприємств. – 2011. – Вінниця : ВНТУ, 2011. – 188 с.
2. *Гриньова В., Ястремська О.* Особливості регіонального управління інвестиційною діяльністю в сучасних умовах // *Регіональна економіка*. – 2003. – №. 3. – С. 170-174.
3. *Ємець О.* Чинники підвищення ефективності інвестиційних процесів у регіоні / О. І. Ємець // *Вісник Прикарпатського університету. Економіка. Випуск 9*. – Івано-Франківськ: Плай, – 2012. – С. 31-35.
4. *Ємець О. І., Бабинець В. М.* Вплив економічної безпеки на процес управління інвестиційною діяльністю підприємств регіону // *Соціально-економічний розвиток регіону: сучасні реалії та перспективи: монографія / за ред. Н. І. Пилипів, В. В. Стефінін*. – Івано-Франківськ: Видавець МПП «ТАЛІА», 2017. – С. 22-34.
5. Закон України «Про інвестиційну діяльність» із змінами та доповненнями // *Відомості Верховної Ради України*. – 1991. – № 47. – ст. 646.
6. *Левіцький В. В.* Ефективність управління інвестиційною діяльністю підприємства // *Вісник ЖДТУ № 2 (56)*. – 2011. – С. 69-71.
7. *Пилипів Н. І., Ємець О. І.* Потенціал економічного націоналізму в інвестиційній політиці // *Матеріали VIII Всеукраїнської наукової конференції з міжнародною участю «Економічний націоналізм» (Івано-Франківськ, 12-13 жовтня 2018 р.)*. – Івано-Франківськ: Лілея НВ, 2018. – С.183-190.
8. *Пурха В. С., Ємець О. І.* Концептуальні засади інвестиційно-інноваційного розвитку економіки підприємств // *Матеріали VII Міжнародної науково-практичної інтернет-конференції «Ефективність функціонування сільськогосподарських підприємств» (Львів, 23-25 травня 2018 р.)*. – Львів: Ліга-Прес, 2018. – С.179-182.
9. Сайт Головного управління статистики в Івано-Франківській області [Електронний ресурс]. – Режим доступу: http://www.ifstat.gov.ua/EX_IN/EX-ZEZ.htm.
10. Сайт Світового банку [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://www.vsemirnyjbank.org/>.
11. *Федорчак О. В.* Державне управління інвестиційною діяльністю на регіональному рівні в Україні: проблеми та напрями вдосконалення // *Актуальні проблеми державного управління*. – 2017. – 2(52). – С. 1-9.
1. *Voynarenko M. P., Yepifanova I. Yu.* Management of investment activity of industrial enterprises. – 2011. – He is a member of: VNTU, 2011. – 188 p.
2. *Grinova V., Yastremskaya O.* Features of regional management of investment activities in modern conditions // *Regional Economics*. – 2003. – No. 3. – P. 170-174.
3. *Yemets O.* Factors of increasing the efficiency of investment processes in the region / OI Yemets // *Bulletin of the Precarpathian University. Economy. Issue 9*. – Ivano-Frankivsk: Play, – 2012. – P. 31-35
4. *Yemets O., Babincev V. M.* Influence of economic security on the process of investment activity management of enterprises of the region // *Socio-economic development of the region: current realities and perspectives: monograph / ed. N.I.Pylypiv, V.V.Stefinin*. – Ivano-Frankivsk: Publisher of MPP "TALIA", 2017. – P. 22-34.
5. Law of Ukraine "On investment activity" with changes and amendments // *Bulletin of the Verkhovna Rada of Ukraine*. – 1991. – No. 47. – Art. 646.
6. *Levytskyy V. V.* Efficiency of management of investment activity of the enterprise // *Bulletin of ZHDTU № 2 (56)*. – 2011. – P. 69-71.
7. *Pylypiv N. I., Yemets O. I.* The Potential of Economic Nationalism in Investment Policy // *Materials of the VII All-Ukrainian Scientific Conference with International Participation "Economic Nationalism" (Ivano-Fankovsk, October 12-13, 2018)*. – Ivano-Fankovsk: Lilia NV, 2018. – p.183-190.
8. *Purha V. S., Yemets O. I.* The Conceptual Principles of Investment and Innovative Development of the Economy of Enterprises // *Materials of the VII International Scientific and Practical Internet Conference "Efficiency of Agricultural Enterprises" (Lviv, May 23-25, 2018)*. – Lviv: The League-Press, 2018. – P. 179-182.
9. The site of the Main Department of Statistics in the Ivano-Frankivsk region [Electronic resource]. – Access mode: http://www.ifstat.gov.ua/EX_IN/EX-ZEZ.htm.
10. Website of the World Bank [Electronic resource]. – Access mode: <http://www.vsemirnyjbank.org/>.
11. *Fedorchak O. V.* State administration of investment activity at the regional level in Ukraine: problems and directions of improvement // *Current problems of public administration*. – 2017. – 2 (52). – p. 1-9.

Якубів В. М., Полюк М. І.

КЛАСИФІКАЦІЯ МЕТОДІВ МОТИВАЦІЇ ПЕРСОНАЛУ В СИСТЕМІ УПРАВЛІННЯ ОРГАНІЗАЦІЯМИ

У статті узагальнено різні наукові підходи до класифікації методів мотивації персоналу в організаціях. Удосконалено існуючу класифікацію методів мотивації шляхом доповнення інноваційними методиками, що можуть використовуватись в Україні. Досліджено взаємозв'язок зовнішніх та внутрішніх мето-

дів мотивації персоналу в системі менеджменту. Обґрунтовано структуру комплексного механізму мотивації персоналу в організаціях.

Ключові слова: управління, мотивація, персонал, організація, методи.

In the article various scientific approaches to the classification of methods of motivation of personnel in organizations are generalized. The existing classification of motivation methods has been improved by complementing innovative methods that can be used in Ukraine. The interrelation of external and internal methods of personnel moti-

vation in the management system is explored. The structure of the complex mechanism of motivation of personnel in organizations is substantiated.

Key words: *management, motivation, personnel, organization, methods.*

I. Вступ. У сучасних умовах господарювання організації та підприємства шукають усі можливі способи досягнення зростання ефективності діяльності та посилення конкурентоспроможності. Працівники як основа ресурсного потенціалу організації є важливим інструментом у процесі стратегічного і тактичного розвитку. Підвищення продуктивності праці та створення позитивного іміджу підприємства чи організації завдяки ефективному використанню людського ресурсу дозволить у найдешевший спосіб досягнути поставлених цілей розвитку. Тому дослідження теоретичних основ організації ефективної мотивації персоналу є досить актуальними для детального вивчення.

Дослідженням впливу різних мотиваційних факторів на результативність роботи працівників займалось чимало науковців-теоретиків та практиків-менеджерів, проте найбільшого розвитку теорії мотивації отримали у ХХ ст. завдяки таким вченим як: С. Адамс, К. Альдерфер, В. Врум, Ф. Герцберг, Е. Лоулер, Д. МакКлелланд, Д. Мак-Грегор, А. Малоу, Л. Портер, Ф. Тейлор.

II. Постановка завдання. Метою даної статті є узагальнення та удосконалення існуючих методів мотивації персоналу в організаціях України.

З метою досягнення поставлених завдань використовувались такі методи: аналіз, порівняння, розрахунково-конструктивний, графічний, узагальнення, моделювання та наукової абстракції.

III. Результати.

На практиці в різних організаціях використовуються різні види мотивації людей. Узагальнюючи різні літературні джерела [1-8], а також власні дослідження нами обґрунтовано комплексну систему класифікації видів мотивації працівників (рис. 1).

За характером стимулів розрізняють мотивацію:

- позитивну;
- негативну.

Позитивна мотивація – це спонукання людини до досягнення цілей на основі позитив-

них стимулів. До таких стимулів відносяться: можливість кар'єрного зростання, додаткові дні відпустки, підвищення заробітної плати.

Негативна мотивація – це мотивація, що базується на негативних для працівника мотивах і стимулах. До них відносяться: зниження заробітної плати, звільнення з роботи, пониження по посаді, збільшення норм виробітку. Інколи таку негативну мотивацію ототожнюють з стимулюванням за методом «батога і пряника».

За стійкістю результатів мотиваційної діяльності можна виділити два види мотивації:

- стійка;
- нестійка.

Стійка мотивація – це психоемоційний стан людини безперервного спонукання до задоволення певних потреб, як правило фізіологічних (їжі, сну, одягу), а також потреб безпеки.

Нестійка мотивація – це мотивація, яка носить безсистемний характер і повинна підтримуватись зовнішніми подразниками, що виникають при необхідності задовольнити певні (не стійкі) потреби. До цього типу відноситься мотивація людини до ефективної праці, самореалізації, соціалізації.

За персональним підходом мотивацію поділяють на:

- індивідуальну;
- групову.

Індивідуальна мотивація передбачає спонукальний вплив на одну людину, в т.ч. самомотивація.

Групову мотивацію враховує спонукальний ефект на групу взаємопов'язаних за інтересами чи потребами людей задля досягнення спільного чи однакового результату.

За видом винагороди мотивацію розрізняють:

- матеріальну;
- нематеріальну.

Матеріальна мотивація передбачає винагороду у вигляді матеріальних благ (грошових коштів, майна, оплачені послуги).

Нематеріальна мотивація базується на використанні різних стимулів не грошового ха-

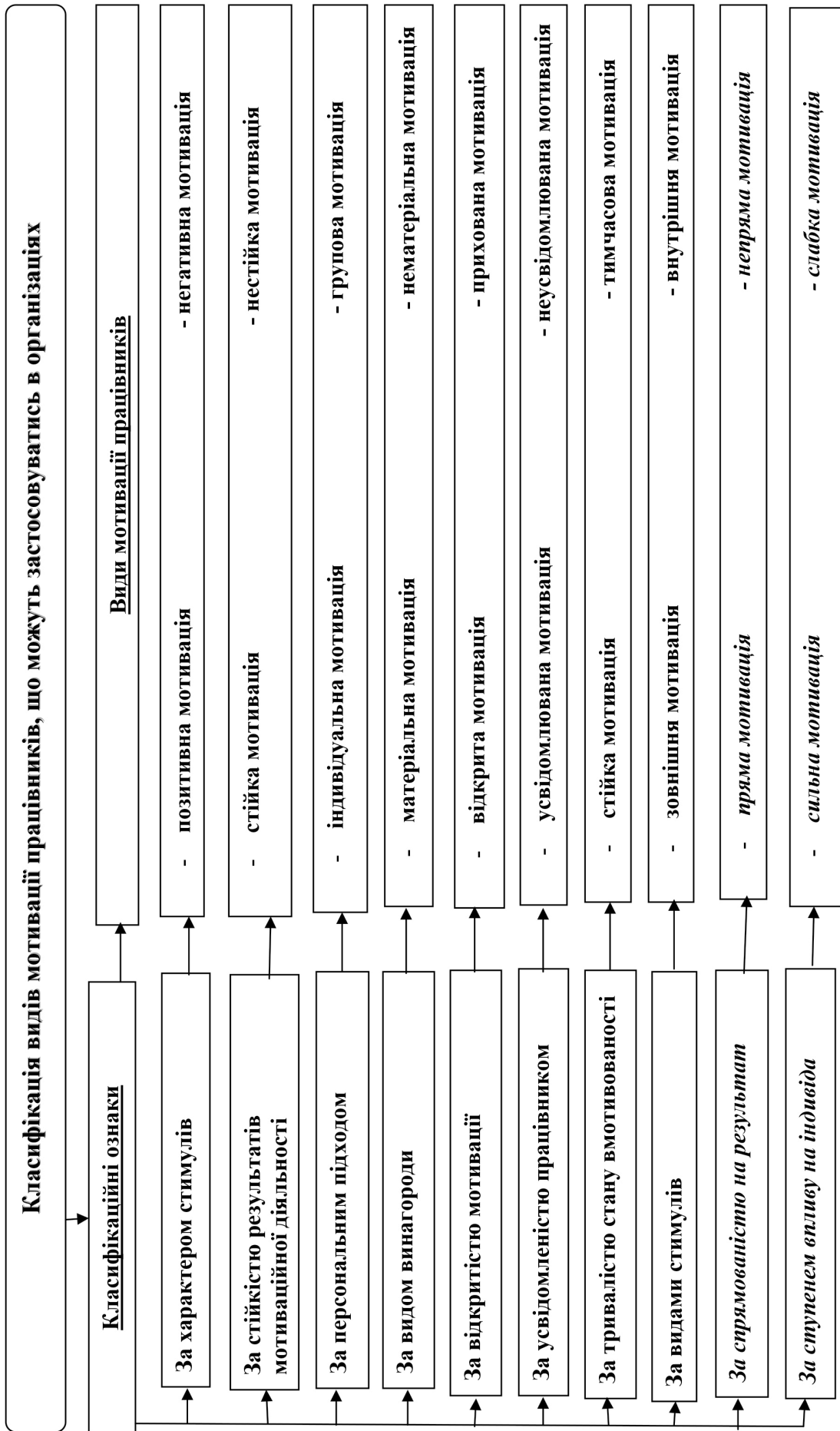


Рис. 1. Класифікація видів мотивації працівників, що можуть застосовуватись в організаціях * (розробка автора)

рактеру, а саме: висловлення прилюдної подяки, нагородження грамотою, додаткові дні відпустки, гнучкий графік роботи.

За відкритістю мотиваційного процесу розрізняють мотивацію:

- відкрити;
- приховану.

Відкрита мотивація – це цілеспрямований непритомний вплив на поведінку людини з метою досягнення очікуваних результатів.

Прихована мотивація – це завуальований, не афішований процес мотивації людини задля спонукання її до певних дій. Найчастіше використовується у рекламних цілях, політичних компаніях або в умовах недостатності фінансових ресурсів для покриття витрат на мотивацію працівників.

За рівнем усвідомлення людиною мотивацію поділяють на:

- усвідомлювану;
- неусвідомлювану.

Усвідомлювана мотивація передбачає, що людина на яку здійснюють спонукальний вплив чітко розуміє сутність цієї дії і співставляє її з винагородою, тобто рівнем задоволення певної потреби.

Неусвідомлювана мотивація враховує ті ситуації, коли людина не розуміє, що її мотивують. Найчастіше це стосується прихованої або непрямой мотивації.

За тривалістю стану вмотивованості людини:

- постійна;
- тимчасова.

Постійна мотивація – це специфічний психоемоційний стан людини, коли вона впродовж довгого періоду часу або постійно докладає зусиль задля досягнення поставлених цілей.

Тимчасова мотивація, більш поширений вид, коли внутрішнє бажання виконання певної роботи має тимчасовий характер.

За видами стимулів мотивацію поділяють на:

- внутрішню;
- зовнішню.

Внутрішня мотивація – це особисте бажання (спонукання) людини виконувати певні дії задля досягнення мети.

Зовнішня мотивація – це стимулювання людини кимось іншим до виконання певних дій.

Найбільш ефективним для забезпечення високої продуктивності праці є поєднання зовнішньої і внутрішньої мотивації працівників (рис. 2).

На рис. 2 показано взаємозв'язок зовнішніх і внутрішніх мотиваційних факторів в управлінні персоналом. З рис. 2 видно, що вплив виключно зовнішніх мотиваційних чинників є не великий. Тобто це свідчить про те, що для внутрішньо невмотивованих працівників застосування зовнішніх мотиваційних факторів матиме малий ефект. Це доводить, що організаціям не варто виділяти великий бюджет на мотивацію для тих працівників, у яких внутрішня вмотивованість відсутня.

Внутрішня мотивація є набагато важливіша у процесі мотивування, що й пояснює той факт, що при прийомі на роботу перевага на-

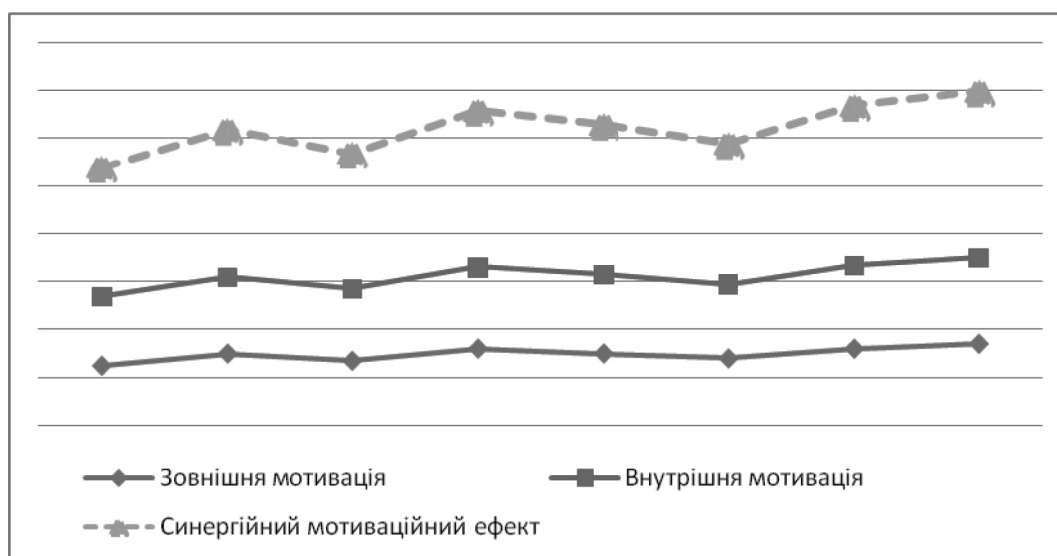


Рис. 2. Взаємозв'язок внутрішніх та зовнішніх мотиваційних факторів*

* Джерело: розробка автора.

дається молодим, активним, внутрішньо вмотивованим людям. Внутрішня мотивація має значно вищий ефект у процесі досягнення певних завдань. Тому її потрібно підтримувати і розвивати. Для цього застосовують чинники зовнішньої мотивації.

Як видно з рис. 2 взаємний вплив внутрішньої і зовнішньої мотивації має набагато більший синергійний ефект ніж просто сума цих мотивів. Тому для ефективного керівника важливим завданням є створення умов для формування високого рівня внутрішньої та зовнішньої мотивації персоналу.

Окрім виділених вище класифікаційних ознак та видів мотивації вважаємо за необхідне доповнити їх двома ознаками: за спрямованістю на результат та за ступенем впливу на індивіда.

За спрямованістю на результат мотивація може бути:

- пряма;
- непряма.

Пряма мотивація – це процес, у якому встановлені прямі відкриті залежності між потребою, мотивами та кінцевими результатами, тобто працівник чітко націлений на кінцевий очікуваний результат.

Непряма мотивація – передбачає, що працівник, якого спонукають до виконання певної роботи не знає про кінцевий очікуваний результат у повній мірі, тобто процес мотивування є завуальований. Даний вид мотивації часто використовується на практиці з метою приховування основної мети власника організації – максимізації прибутку.

За ступенем впливу на індивіда мотивація буває:

- сильна;
- слабка.

Сильна мотивація передбачає високий рівень впливу на працівника з метою виконання ним поставлених завдань з використанням сильних стимулюючих факторів.

Слабка мотивація передбачає помірний вплив на працівника за допомогою не суттєвих мотиваційних чинників.

Класифікація мотивації передбачає розгляд її як сукупності мотиваційних чинників. Проте мотивація – це не лише комплекс впливових інструментів стимулювання, але й процес. У цьому аспекті важливо охарактеризувати структуру і послідовність цього процесу.

На основі узагальнення різних наукових підходів до систематизації процесу мотивації

персоналу [2, 4, 8] нами виокремлено такі етапи мотивації:

1 етап: виникнення незадоволених потреб у людини, що змушують її шукати шляхи її розв'язання;

2 етап: активний чи пасивний пошук людиною шляхів задоволення існуючих потреб;

3 етап: визначення конкретних напрямів діяльності задля задоволення потреби;

4 етап: активна діяльність, спрямована на отримання певного результату задля здобуття можливості задоволення потреби;

5 етап: отримання винагороди (результату) за виконану роботу;

6 етап: задоволення потреби за рахунок отриманої винагороди;

7 етап: співставлення «затрачених зусиль» із «отриманою винагородою» та «ефектом від задоволеної потреби»;

8 етап: виникнення нової потреби і перехід до етапу 2 (рис. 3).



Рис. 3. Структура мотиваційного процесу
* Розробка автора.

Як видно із запропонованої структури мотиваційного процесу він є циклічним із наростаючими кількісними і якісними характеристиками, оскільки кожні наступні потреби (за підходом А. Маслоу) є вищого рівня.

IV. Висновки. Таким чином комплексне дослідження існуючих теорій мотивації, сутності поняття «мотивація персоналу», класифікації різних видів мотивації, а також структури мотиваційного процесу дає змогу узагальнити висновок, що враховуючи те, що персонал підприємства є основною рушійною силою, яка активно розвивається, теоретичні підходи теж

знають значних змін в історичному контексті відповідно до змін суспільно-економічних формацій та рівня життя населення. Тому наукові дослідження задля пошуку більш ефективних мотиваційних інструментів є і будуть актуальними з огляду на швидкі темпи зміни у зовнішньому середовищі з врахуванням особливостей функціонування організацій та підприємств.

1. Гайдученко С. О. Мотивація персоналу. [Електронний ресурс]: – Режим доступу: <http://eprints.kname.edu.ua/35354.pdf>

2. Резнікова О. С. Класичні теорії мотивації: еволюція підходів. [Електронний ресурс]: – Режим доступу: <http://dspace.nbuv.gov.ua/bitstream/handle/123456789/45787/27-Reznikova.pdf?sequence=1>

3. Шапиро С. А. Мотивация / С. А. Шапиро. – М. : ГроссМедиа, 2008. – 224 с.

4. Теорії мотивації персоналу. [Електронний ресурс]: – Режим доступу: <http://library.if.ua/book/45/3148.html>

5. Чірікова Н.М. Мотиваційні теорії персоналу і управління мотивацією праці / Н.М. Чірікова // Молодий вчений. – 2015. – № 11. – С. 109-113.

6. Yakubiv V. Innovative methods in strategic planning of foreign economic activity of enterprises / V.Yakubiv, I. Hryhoruk. // Journal of Vasyl Stefanyk Precarpathian National University Vol. 1, No. 1 (2017), p1-p2.

7. Якубів В. М. Методика оцінки ефективності роботи персоналу сільськогосподарських підприємств / М.І. Полюк, В.М. Якубів // Соціально-економічні проблеми сучасного періоду України. – 2017. – № 6. – С. 183-187.

8. "EmployeeMotivation: TheoryandPractice." TeamBuildingTrainingandDevelopment. Web. 17 Jan. 2016. [Електронний ресурс]: – Режим доступу: <http://www.accelteam.com/motivation>.

УДК 339.138+316.77

Михайлів Г. В., Новосад Я. В., Рожнів О. Я.

ФОРМУВАННЯ БРЕНДУ ІНСТРУМЕНТАМИ СОЦІАЛЬНИХ МЕРЕЖ

Розглянено сутність поняття бренд та брендинг. Визначено як метод просування бренду ресторану використання соціальних мереж. Проаналізовано динаміку зростання

та можливості використання таких соціальних media-мереж, як Facebook та Instagram.

Ключові слова: бренд, брендинг, просування, соціальні мережі.

FORMATION THE BRAND MEANS SOCIAL NETWORKS

The essence of the concept of brand and branding is considered. Defined as a method for promoting a restaurant brand using social networks. The dynamics of growth and possibilities

of using such social media networks as Facebook and Instagram are analyzed.

Key words: brand, branding, promotion, social networks.

Вступ. Висококонкурентний ринок споживчих товарів та послуг, постійна боротьба за прихильність покупців, насиченість інформаційних та рекламних каналів зумовлює гостру необхідність відрізнятись від конкурентів. Характерною особливістю діяльності більшості компаній в останнє десятиліття стало збільшення інвестицій в розвиток комунікаційної діяльності, безпосередньо пов'язаний з такими об'єктивними чинниками сучасних бізнес-процесів як посилення боротьби за лояльність споживачів. Саме ці обставини обумовлюють необхідність пошуку нових форм інформаційно-рекламної підтримки бізнесу, ключовим елементом яких як і раніше залишається бренд.

У сучасних умовах бренд являє собою най-

важливіший елемент стратегії розвитку сучасного підприємства і виконує низку найважливіших функцій: сприяє ідентифікації продукту або компанії, стає гарантом різних характеристик товарів, є носієм позитивного іміджу бізнесу. Зростання уваги до проблеми формування і управління брендами також визначається тим, що відомі бренди стають необхідною умовою стійкого положення фірми на ринку, чинником її конкурентоспроможності на різних рівнях.

Аналіз останніх досліджень і публікацій. Бренд та процес його формування досліджували у своїх працях такі вітчизняні на закордонні науковці як В. В. Герасименко, Ж-Н Капферер, А. В. Крилов, М. В. Лео, О. В. Морозов, М. С. Очковська, Е. Райс, М. Саатчи, Л. М. Шульгіна та ін. Важливість бренду

у структурі активів підприємства не викликає сумнівів у вітчизняних виробників. Але технології та принципи формування брендів потребують вивчення, систематизації та постійного вдосконалення.

Постановка завдання. Метою дослідження є визначення сучасних тенденцій та особливостей створення брендів, а також аналіз стратегій просування бренду на ринок із використанням соціальних медіа.

Результати дослідження. У сучасних умовах глобалізованого світу бренд являє собою найважливіший елемент стратегії розвитку сучасного підприємства і виконує низку найважливіших функцій: сприяє ідентифікації продукту або компанії, стає гарантом різних характеристик товарів, є носієм позитивного іміджу бізнесу.

Отже, сучасні дослідники поняття «бренд» визначають його як маркетинговий інструмент підприємства, який одночасно є цінним фінансовим активом, оскільки спонукає споживачів здійснювати купівлі, під впливом сформованого у них сильного асоціативного сприйняття сутності товару/підприємства. Однак, сильне асоціативне сприйняття у споживачів не виникає спонтанно, а цілеспрямовано формується підприємством, і цей процес отримав назву брендинг.

Бренд також можна розглядати як певну систему взаємовпливу соціальних, емоційних, функціональних і економічних чинників. Звідси можна зробити вивід, що бренд – це злиття в свідомості торгової марки і продукту зі всіма його характеристиками, забарвлене емоційним відношенням, що виникло у користувачів за час існування продукту.

Просування бренду в соціальних мережах представляє собою послідовну роботу по завоюванню довіри, підвищення авторитету, яка рано чи пізно обов'язково призведе до високої лояльності клієнтів і, відповідно, до підвищення обсягу продажів і більшої довіри до фірми, ніж до тих конкурентів, які не користуються інструментами SMM.

На сьогоднішній день у сучасному маркетингу сформувалася тенденція підтримки та просування бренду через соціальні мережі. Соціальні мережі дозволяють фірмам підтримувати зв'язок із зацікавленими користувачами, розвивати довгострокові стосунки зі своїми клієнтами, формувати їх лояльність, управляти репутацією компанії, підвищувати продажі та вирішувати багато інших завдань розвитку бізнесу.

Просування бренду через соціальні мережі вирішує наступні завдання: складання детальнішого портрета аудиторії; вихід бренду в особистий простір споживача; контроль образу бренду і думок споживача про нього; підвищення лояльності і впізнання; підвищення продажів за рахунок нових механізмів стимулювання збуту; реклама бренду, послуги, продукту; залучення нової цільової аудиторії; збільшення кількості продажів, надання послуг; постійний зворотний зв'язок.

Поняття "соціальні медіа" об'єднує в собі різні види Інтернет – ресурсів, в яких користувачі можуть реєструватися, спілкуватися і обмінюватися інформацією. Основними цілями роботи в соціальних медіа на сьогодні є: просування бренду, здійснення клієнтської підтримки, управління репутацією бренду і підвищення лояльності до нього, моніторинг громадської думки.

Найефективнішим інструментом просування ресторану є використання можливостей соціальних мереж. Так мережі, як Facebook та Instagram не вимагають затрат коштів таких, як реклама в ЗМІ, проте дає можливість для просування.

Сучасні соціальні мережі дають можливість отримувати докладні звіти про рейтинг використання посилань, статей, роздачі контенту на веб-ресурса компанії і т.д. Організація сама може відстежувати популярність створеного співтовариства або групи серед користувачів, дії учасників на своїй платформі (наприклад, за допомогою Google Webmaster Tools, Facebook Insights) – бачити, що привертає цільову аудиторію, а що немає, дізнаватися думки про той чи інший продукт і т.д. Все це в кінцевому підсумку дозволяє створити лояльну базу споживачів.

Розглянемо обсяги потенційної аудиторії, тобто кількість користувачів Інтернету, а також соціальних мереж. Отже, загальна кількість постійних користувачів інтернету в Україні становить майже 25,6 мільйонів людей і за 2017 рік зросла на 17%, тобто на 4 мільйони осіб.

Якщо розглядати кількість користувачів Facebook, то станом на початок серпня загальна кількість становить вже 12 млн. українців, куди зараховують лише тих користувачів сервісу, котрі хоча б один раз протягом останніх 30 днів заходили в мережу під своїм логіном.

За період з 2009 до серпня 2018 років українська аудиторія Facebook збільшилася в 142

рази. Різке зростання чисельності української аудиторії Facebook також відбулося на початку 2017 року, за рахунок міграції користувачів Однокласники та ВКонтакте, оскільки природній приріст інтернет-аудиторії в Україні в 2017 та 2018 роках був незначним. Дане зростання було зумовлено забороною українським провайдером давати доступ користувачам до соціальних мереж, родом із північно-східної сусідки України. Загалом у 2017 році в Україні соцмережа виросла на 67% – з 6,6 млн до 11 млн. користувачів.

В 2018 році темпи зростання української аудиторії соціальної мережі Facebook різко скоротились. Проте як свідчать дані внутрішньої статистики сервісу зростання української аудиторії попри зменшення темпів приросту залишається одними з найвищих в світі. За 6 місяців 2018 року кількість українських користувачів Facebook зросла на 9% (з 11 млн до 12 млн), що в річному виразі складає близько 19%.

Відеореклама в Україні щомісяця охоплює близько 80% всієї інтернет-аудиторії у віці від 14 до 69 років на ПК, і Facebook зараз займає другу позицію за кількістю показів рекламних роликів. На частку майданчика доводиться 4% всіх показів відеореклами в місяць (січень 2018). Майданчик №1 в Україні – Youtube, 47% всіх відео показів відображаються на сервісі Google.

В січні 2018 року Facebook відвідали 60% всієї інтернет-аудиторії країни на персональних комп'ютерах і ноутбуках (11,4 млн. реальних користувачів). За вказаний місяць користувачі згенерували більше 600 мільйонів переглядів сторінок на персональних комп'ютерах. В середньому один відвідувач провів в соціальній мережі більше 2,5 годин на місяць, витрачаючи на візит близько 8 хвилин (персональні комп'ютери). Наразі дана соціальна мережа займає третю позицію по відвідуваності в місяць серед ПК-аудиторії і другу – серед мобільного аудиторії (смартфони).

Також у січні 2018 року на Facebook (ПК) було створено понад 28 мільйонів показів відеореклами, рекламодавці охопили в соціальній мережі 16% аудиторії УАнету. Майже 60% відеореклами показувалися у видимій зоні екрану (viewability rate) в середньому на протязі 8 секунд (viewability time).

За кількістю показів відеореклами магазини електроніки стали лідерами. Так, інтернет-магазин Rozetka охопив в Facebook 5% інтернет-аудиторії країни (3,2 мільйона показів),

F.ua – 4% (2,6 млн показів), а Allo.ua – 3,5% (1,7 млн показів).

Альтернативою є Instagram, який належить Facebook. Чисельність українських користувачів, за 2017 рік також виросла з 3,6 мільйона до 7,3 мільйона. Також цікавим фактом є те, що близько 2,5 млн українських користувачів Instagram не є користувачами Facebook. Це пояснюється дещо іншим (легшим) форматом соціальної мережі та відсутністю нав'язливих тем.

Список функцій Instagram має ряд відмінностей:

- розміщення і перегляд фотографій від користувачів;

- проведення прямих трансляцій;

- створення і перегляд відео-історій довжиною до 15 секунд, які доступні всім користувачам, вони або зникають через 24 години, або їх можна зберегти в розділ "Актуальне" в своєму профілі;

- розміщення і перегляд коротких відео до 60 секунд в вихідній якості;

- чат для обміну повідомленнями, фото, відео та посиланнями на профілі.

Відмітна особливість Instagram полягає в форматі публікуються фото і відео. Ідея публікації квадратних фото, як їх створює вінтажний фотоапарат Polaroid, зберігається донині. Також можна публікувати фото в початковому розмірі або створювати серію "слайдів" з фото в одному пості. В сервіс вбудований власний фоторедактор, що спрощує зміна параметрів знімка.

Instagram спочатку мав максимально спрощений користувальницький інтерфейс, який «містився» на одну сторінку. Головна відмінність двох сервісів полягає в тому, що Instagram досі залишається мобільним додатком. Електронна версія має обмежений функціонал.

Інстаграм – безкоштовний ресурс з елементами соціальних мереж, на якому користувачі обмінюються фотографіями і короткими відеороликами. З його допомогою можна фотографувати, знімати відео, використовувати фільтри, а також відправляти контент на інші ресурси.

Інстаграм з'явився в 2010 році, і в той час неможливо було визначити, у якого профілю найбільшу кількість передплатників. Сервіс був доступний для власників iPhone. Через 2 роки їм змогли користуватися і на Android-пристроях.

Як тільки Інстаграм став доступний для власників смартфонів на Android, за 24 години

його встановило близько 1 млн користувачів.

З тих пір інстаграм активно розвивався, і за 7 років число користувачів досягла позначки 600 млн. користувачів. Зараз можна проводити аналіз передплатників в сервісі.

В 2017 році був сформований топ соціальних мереж за кількістю його користувачів:

- 1 місце – Facebook (2 млрд користувачів);
- 2 місце – WhatsApp (1,2 млрд користувачів);
- 3 місце – YouTube (1 млрд користувачів).

У Instagram ми бачимо відразу стрічку фотографій в оригінальному форматі від наших друзів, на яких ми підписані. За аналогією в YouTube оформлена структура сторінки «Передплати». Однак відеохостинг має більш розширений функціонал і, отже, інтерфейс. Тут представлені різні категорії відео, а також окремий розділ для проведення прямих трансляцій. Важливо відзначити, що в YouTube інтерфейс власників акаунтів і простих глядачів може відрізнятися.

Instagram позиціонує себе, як повноцінна соціальна мережа, заснована на медіаконтенті. Тут є можливість спілкування між користувачами без обмежень.

Можливості Instagram в Україні активно використовуються в 2018 році, вона стала платформою для розвитку бізнесу багатьох напрямів і сфер діяльності не лише через багато чисельність і динамічне зростання обсягу аудиторії, але й через легкість в просуванні, а також активне використання хештегів.

У 2017 році кількість користувачів Instagram склало 600 млн користувачів з усіх країн світу. Люди по-різному використовують ресурс: одні реалізуються в творчості, інші просувають свій бізнес, треті рекламують музику.

Маркетингова статистика Instagram

48,8% брендів присутні в Instagram. За прогнозами, ця цифра збільшиться до 70,7%;

зі ста найкращих брендів в світі у дев'яноста є обліковий запис Instagram;

96% фешн-брендів США представлені в Instagram;

за межами Китаю майже 50% користувачів Instagram проводять дослідження продуктів в соціальній мережі;

взаємодія з брендами в Instagram в 10 разів вище, ніж на Facebook, в 54 рази вище, ніж в Pinterest, і в 84 рази вище, ніж в Twitter;

більше третини користувачів інстаграма використовують свій мобільний телефон для онлайн-покупок. Таким чином, вони на 70% більше схильні до покупок в мережі, ніж споживачі, які не використовують Instagram;

50% інстаграмерів підписані на бренди, що підвищує ймовірність покупки продукції;

пости хоча б з одним хештегом мають залученість вище на 12,6%;

у публікації з геотеги залученість вище на 79%;

залученість у постів з фото вище, ніж у постів з відео;

середня залученість для одного поста зросла на 416% за останні два роки;

70% найбільш популярних хештегов — брендові.

Як бачимо, кількість українських користувачів Інтернету, і, зокрема, користувачів Facebook та Instagram невпинно зростає.

Спираючись на теоретичні джерела можна виокремити наступні ефективні методи оцінки діяльності з просування бренду: кількість і якість публікацій, кількість людей в суспільстві, настрої і тон повідомлень, інтерес відвідувачів, виражений в коментарях до фотографій, присутність значущих медіаперсон, згадка спільноти в повідомленнях і новинах, статистика відвідуваності бренд-спільноти, активність аудиторії, реакція аудиторії, що веде до відвідування закладу.

Лояльність являє собою одну з форм поведінки покупця, на яку впливає безліч різних факторів. Наприклад, лояльність у ресторанному бізнесі може залежати від самого ресторанного продукту, що містить у собі такі елементи, як [3, с. 52]:

- інженерне рішення в оформленні залів;
- оформлення бара й запропоновані послуги бара;
- висвітлення холу, залів, інших приміщень загального користування;
- сервіровка стола;
- оформлення меню;
- запропонований перелік страв;
- якість страв;
- додаткові зручності й особливі форми обслуговування;
- атмосфера, аура гостинності.

Сукупність всіх цих індивідуальних рис створює уявлення про якість ресторанної послуги.

Успішне використання бренду дає такі головні конкурентні переваги як: збільшення продажів, зростання прибутку, лояльність споживачів, формування бази постійних клієнтів, позитивний імідж фірми, схвалення діяльності підприємства суспільством і можлива підтримка з боку держави.

Висновки. Стратегія просування бренду кав'ярні є розробкою комплексу заходів, що включає конкурентний і ситуаційний аналіз ринку, за результатами якого визначається відповідна комунікаційна політика.

Соціальні мережі відіграють все більшу роль для кав'ярень, як найбільш ефективні бізнес-технології. Переважаюча частина відвідувачів кав'ярень – це «просунута» сучасна молодь, активні користувачі Інтернет-сервісів. Найбільш вагомим фактором, що впливає на розвиток бренду, є думки незацікавлених людей, які можна знайти в соціальних мережах про той чи інший заклад.

До головних інструментів просування бренду в соціальних мережах можна віднести наступні методи: створення спільноти бренду; використання таргетингової реклами; якісний контент, різні акції, конкурси.

Просування бренду через соціальні мережі дозволяє: встановити зворотній зв'язок зі споживачами; підвищити лояльність споживачів;

презентувати на ринку новий товар; привернути увагу цільової аудиторії; збільшити відвідуваність сайту. Елементами маркетингових комунікацій у мережах: стратегія, контент і бренд – платформа.

1. Шульгіна Л. М. Брендинг: теорія та практика (на прикладі об'єктів комерційної нерухомості): монографія / Л.М. Шульгіна, М.В. Лео; Нац. техн. ун-т України «КПІ». – К.: Астон, 2011. – 266 с.

2. Отборная Instagram-статистика: что мы имеем к 2018?[Електронний ресурс] – Режим доступу: <https://rusability.ru/internet-marketing/smm/otbornaya-instagram-statistika-chto-my-imeem-k-2018/>

1. Shulgina L. M. Branding: theory and practice (for example, commercial real estate): monograph / L. M. Shulgina, MV Leo; National tech Unitary Enterprise of Ukraine "KPI". – K.: Aston, 2011. – 266 pp.

2. Selected Instagram Statistics: What Do We Have By 2018? [Electronic Resource] – Access mode: <https://rusability.ru/internet-marketing/smm/otbornaya-instagram-statistika-chto-my-imeem-k-2018/>

1УДК 336.14:352

Щур Р. І., Плець І. І.

ФОРМУВАННЯ ФІНАНСОВОЇ БАЗИ ОБ'ЄДНАНИХ ТЕРИТОРІАЛЬНИХ ГРОМАД В УМОВАХ БЮДЖЕТНОЇ РЕФОРМИ

У статті досліджено теоретичні і методичні засади формування фінансової бази територіальних громад в контексті бюджетної децентралізації. Розкрито економічну сутність і значення бюджетів територіальних громад як вагомого інструменту впливу на економічний та соціальний розвиток адміністративно-територіальних одиниць, та забезпечення їх фінансової незалежності.

Проведено порівняльний аналіз дохідної частини бюджетів ОТГ Івано-Франківської області, проаналізовано сучасний стан фінансового забезпечення територіальних громад

області, здійснено зіставлення фінансової спроможності першоутворених громад із аналогічними громадами інших областей України, визначено роль бюджетів місцевого самоврядування в контексті цілої країни.

Ключові слова: децентралізація, фінансова база, фінансова незалежність, об'єднані територіальні громади, органи місцевого самоврядування, загальний і спеціальний фонди, доходи бюджетів об'єднаних територіальних громад.

Shchur R. I., Plets I. I.

FORMATION OF THE FINANCIAL BASE OF JOINT TERRITORIAL GROUPS IN THE CONDITIONS OF BUDGET REFORM

The article deals with the theoretical and methodical principles of forming the financial

base of territorial communities in the context of budget decentralization. The economic essence

and importance of local budgets and budgets of territorial communities as a powerful tool for influencing economic and social development of administrative-territorial units and ensuring their financial independence are disclosed.

A comparative analysis of the income and expenditure part of the budgets of the OTG of Ivano-Frankivsk region was carried out, the current state of financial provision of the territorial communities of the region was analyzed, the com-

Вступ. В умовах упровадження реформи місцевого самоврядування питання самодостатності органів влади територіальних громад вимагає структурної перебудови джерел залучення фінансових ресурсів, що повинна забезпечити самостійність місцевих бюджетів, адже володіння достатнім обсягом фінансових ресурсів є необхідною передумовою для економічного розвитку територіальної громади, та реалізацію поставлених перед виконавчими органами відповідних завдань.

Будучи одним із основних інструментів впливу на вирішення економічних і соціальних проблем, місцеві бюджети за допомогою фінансових ресурсів активно впливають на економічні та соціальні процеси адміністративно-територіальних одиниць і створюють можливості для розв'язання загальнодержавних проблем на регіональному рівні. Проблема акумулювання фінансових ресурсів органами місцевої влади та стабільність їх надходження набула загальнодержавної ваги, адже ефективність фінансової системи України досягається за умов забезпечення фінансової спроможності та фінансової самостійності органів самоврядування.

Постановка завдання. Метою статті є розгляд теоретичних, методичних та практичних підходів щодо формування фінансової бази

comparison of financial capacity of the first-formed communities with similar communities of other regions of Ukraine, the role of local government budgets in the context of the whole country.

Key words: decentralization, financial base, financial independence, united territorial communities, local self-government bodies, general and special funds, revenues budgets of united territorial communities.

територіальних громад в умовах бюджетної реформи.

Результати. Фінансова незалежність органів місцевої влади являє собою здатність місцевого самоврядування до самостійного вирішення питань, що належать до їх компетенції, з метою забезпечення стабільного соціально-економічного розвитку території, саме тому збільшення надходжень до бюджетів територіальних громад і зміцнення їх фінансової незалежності є актуальними завданнями [1, с. 72]. Основне завдання полягає у формуванні самодостатнього базового елемента місцевого самоврядування – громади. Враховуючи те, що велика кількість сільських та селищних бюджетів є дотаційними, і не здатні ефективно здійснювати свої функції та розвиватися, виникло питання про об'єднання таких адміністративно-територіальних одиниць в об'єднану територіальну громаду.

Основою формування фінансової бази та забезпечення фінансової спроможності територіальної громади є фінансові ресурси. Джерелами формування цих ресурсів є доходи, закріплені Бюджетним кодексом України за бюджетами об'єднаних територіальних громад (ОТГ), що поділяються на власні та закріплені, та міжбюджетні трансферти з державного бюджету (базова та реверсна дотація, освітня та медична субвенції, інші дотації та субвенції) – рис. 1.



Рис. 1. Джерела доходів ОТГ*

*Джерело: побудовано на основі [2].

Основу ресурсної бази бюджетів місцевого самоврядування складають податкові надходження (загальнодержавні податки, що закріплені за місцевими бюджетами, місцеві податки та збори, та відрахування від загальнодержавних податків).

Співвідношення основних джерел, що представлені на рис. 2 у структурі доходів територіальних громад визначає ступінь незалежності органів місцевого самоврядування. Так як метою впровадження реформи місцевого самоврядування є створення фінансово самостійних територіальних громад і надання фінансової незалежності органам місцевого самоврядування при виконанні покладених на них функцій, тому основна увага повинна зосереджуватися на джерелах формування, пошуку резервів та методах збільшення доходів бюджетів.

Доходи бюджетів територіальних громад є основою функціонування місцевого самоврядування та головним чинником їх розвитку. Акумуляовані бюджетами територіальних громад фінансові ресурси підвищують економічну незалежність місцевих органів самоврядування, сприяють активізації їх господарської діяльності, дозволяють розвивати інфраструктуру, розширювати економічний потенціал територій, виявляти і використовувати нові резерви залучення фінансових ресурсів. Це створює нові можливості для того щоб місцеві органи влади в більшому обсязі задовольняли потреби та інтереси територіальних громад і сприяли економічному та соціальному розвитку територій, тому реформування місцевого самоврядування є необхідною умовою зміц-

нення економічної бази як країни в цілому, так і органів самоврядування, адже система формування доходів бюджетів територіальних громад характеризується високим рівнем залежності їх дохідної бази від надання трансфертів із державного бюджету та щорічним зменшенням частки власних надходжень.

Отже, ефективність роботи органів місцевого самоврядування залежить насамперед від фінансових ресурсів, які вони зможуть акумулювати на своїй території, від чого залежить їх спроможність самостійно, за рахунок власних джерел наповнення бюджету, вирішувати питання місцевого значення, тобто фінансове забезпечення місцевих органів влади повинно відповідати таким обсягам власних фінансових ресурсів, який відповідав би наданим їм повноваженням.

Доходи територіальних громад виступають активною формою акумуляції певної частини фінансових ресурсів, які перебувають у розпорядженні органів місцевого самоврядування, тобто стають невід'ємним елементом місцевих фінансів. Але водночас вони є основною складовою частиною загальної бюджетної системи держави, утворюючи систему фінансових відносин, що формуються між місцевими та державними бюджетами, а також усередині місцевих бюджетів [4, с. 162].

Сьогодні в Україні налічується 665 територіальні громади, до складу яких увійшло 3118 місцевих рад, ще 40 об'єднаних громад, чекають на призначення перших виборів. З них 23 утворені у Івано-Франківській області, а у 2-х вибори відбулися 29.04.2018 року.

Аналіз рівня самодостатності територіальних громад в Івано-Франківській області (табл. 1) показує, що у 2017 році рівень дотаційності бюджетів становив від 19,9 % у Тлумецькій ОТГ, до 53,1% у Космацькій ОТГ. Дані табл. 1 показують, що більшість громад утримуються за рахунок коштів державного бюджету. Постійна фінансова підтримка громад є обтяжливою для державного бюджету і стримує розвиток малих міст і великих селищ.

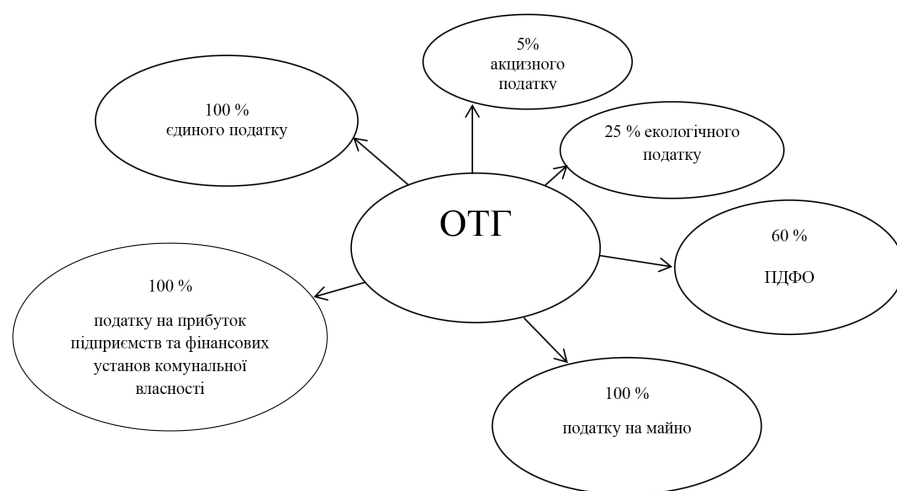


Рис. 2. Додаткові фінансові ресурси ОТГ*

*Джерело: побудовано на основі [3].

Таблиця 1

Рівень фінансової спроможності 11 ОТГ Івано-Франківської області за 2017 рік*

№ п/п	Назва ОТГ	Загальна характеристика		Власні доходи на одного мешканця (грн.)	Рівень дотаційності бюджетів (питома вага базової, реверсної дотації у доходах) %	Капітальні видатки на 1-го мешканця (грн.)	Питома вага видатків на утримання апарату управління у власних ресурсах (без трансфертів) %
		Площа (км ²)	Населення 01.01.2017 (тис. ос.)				
1	Тлумацька	181,3	18,2	1 598,4	17,9 %	731,7	23,1 %
2	Матеївецька	78,6	6,7	1 220,7	30,1 %	1 592,1	36,1 %
3	Білоберізька	46,5	2,8	1 047,1	30,2 %	1 311,7	55,3 %
4	Більшівцівська	99,4	6,4	1 167,3	31,9 %	1 074,4	40,7 %
5	Космацька	105,7	8,3	535,4	53,1 %	1 542,1	63,9 %
6	Старобородчанська	84,3	6,1	1 265,7	32,1 %	1 056,9	45,0 %
7	Витвицька	155,0	6,0	694,2	45,0 %	951,6	59,0 %
8	Верхнянська	140,6	10,6	957,6	37,8 %	791,6	42,8 %
9	П'ядицька	112,9	9,7	760,8	44,3 %	687,6	37,2 %
10	Нижньо-вербізька	65,0	9,7	725,3	44,1 %	625,6	43,0 %
11	Печеніжинська	129,8	17,5	740,8	43,0 %	505,4	54,1 %

*Джерело: складено на основі даних джерела [5, с. 32].

Середній показник власних доходів на 1-го жителя по 11-ти ОТГ Івано-Франківської області збільшився на 597,0 грн. та склав 995,3 грн., серед яких найбільше у Тлумацькій ОТГ – 1 598,4 грн. та Матеївецькій – 1 220,7 грн., а найменше у Витвицькій ОТГ – 694,2 грн. та Космацькій ОТГ – 535,4 грн. (у тому числі: по 8-ми громадах, утворених у 2016 році цей показник зріс у 3,5 рази та становить 1042,7 грн., а по 3-х ОТГ, утворених у 2015 році – на 50,2 % і становить 901,4 грн.).

Виходячи з аналізу стану надходжень фінансових ресурсів ОТГ за 2017 рік громади змогли спрямувати кошти на проведення капітальних видатків в сумі 89 480,1 тис. грн., що в розрахунку на 1-го жителя становить 877,3 грн., найбільший обсяг капітальних видатків був спрямований у Тлумацькій ОТГ – 13 316,9 тис. грн., що у розрахунку на 1-го жителя становить – 731,7 грн.

Спираючись на чисельність населення громад та чисельність службовців, можна вирахувати, що найбільше навантаження на 1 службовця з надання послуг є у Печеніжинській ОТГ – 240 осіб, найменша у Білоберізькій ОТГ

– 61 особа. За підсумками 2017 року найбільша питома вага видатків на утримання службовців у загальному обсязі фінансових ресурсів ОТГ (без урахування трансфертів) припадає на бюджет Космацької ОТГ – 64 %, найменша – на бюджет Тлумацької ОТГ – 23 %.

За результатами моніторингу за 2017 рік, щодо оцінки фінансової спроможності 366-ти ОТГ, було сформовано загальний рейтинг, що ґрунтується на 4-х показниках:

- власних доходах на 1-го мешканця;
- рівня дотаційності бюджетів (питома вага базової/реверсної дотації у доходах);
- питомої ваги видатків на утримання апарату управління у власних ресурсах ОТГ (без трансфертів з державного бюджету);
- капітальних видатків на 1-го мешканця.

Аналіз оцінки фінансової спроможності 366 ОТГ показав, що 11 ОТГ Івано-Франківської області посідають дуже низькі позиції, а саме: Тлумацька – 281 місце; Матеївецька – 286; Білоберізька – 317; Більшівцівська – 328; Космацька – 332; Старобородчанська – 334; Витвицька – 353; Верхнянська – 354; П'ядицька – 358; Нижньовербізька – 363; Печеніжинська – 366.

Як бачимо, серед лідерів по фінансовій спроможності ОТГ сформованих у нашій області немає, а 3 громади: П'ядицька, Нижньо-вербізька, Печеніжинська замикають рейтинг разом із Чудейською ОТГ, що знаходиться у Чернівецькій області.

Аналіз показує, що для більшості невеликих чи малозаселених громад характерні низькі показники фінансової спроможності. Дану статистику можна пояснити тим, що у більш заселених територіальних громадах вигідніше розвивати бізнес, адже там є достатній трудовий потенціал, більший ринок збуту товарів і послуг та кращі можливості для розвитку громади.

Результати моніторингу демонструють (табл. 2), що громади з більшою площею, населенням та розміщенням у промислових зонах нашої держави мають більший фінансовий потенціал, ніж ті, в яких чисельність є меншою 5 тис. осіб, та які розміщуються переважно в сільській місцевості, що обмежує їх у фінан-

якісного здійснення органами місцевого самоврядування власних і делегованих повноважень у територіальних громадах є однією з визначальних передумов розвитку територій.

Доходи бюджетів ОТГ Івано-Франківської області за 2016 рік (табл. 3) становлять 21 777,6 тис. грн., величина доходів трьох громад суттєво не відрізняється: Печеніжинська – 8 580,3 тис. грн., Верхнянська – 6 774,3 тис. грн., Старобогородчанська – 6 423,0 тис. грн., проте їхня структура має відмінності. Зокрема найвагомим джерелом доходів громад є податкові надходження, що забезпечують 94,52 % усіх доходів, менш вагомими джерелами є неподаткові надходження – 3,52 %, та доходи від операцій з капіталом – 1,96 %.

Важливими з точки зору аналізу ефективності доходів є відносні показники, зокрема показник самостійності бюджету, який визначається як співвідношення власних надходжень (податкових та неподаткових) до загальних доходів. Як бачимо, бюджет Старобогородчанської ОТГ є найбільш самостійним

Таблиця 2

Топ ОТГ лідерів фінансового моніторингу за 2017 рік*

№ п/п	Область	Назва ОТГ	Загальна характеристика		Власні доходи на одного мешканця за 2017 р. (грн.)	Рівень дотаційності бюджетів (питома вага базової, реверсної дотації у доходах) %	Капітальні видатки на 1-го мешканця (грн.)	Питома вага видатків на утримання апарату управління у власних ресурсах (без трансфертів) %
			Площа (км ²)	Населення 01.01.2017 (тис. ос.)				
1	Дніпропетровська	Слобожанська	166,4	14,5	21 524,5	-11,1 %	7883,9	5,3 %
2	Дніпропетровська	Вербківська	450,3	7,6	12 916,9	-19,9 %	5818,5	12,4 %
3	Дніпропетровська	Богданівська	362,8	6,9	12 128,5	-19,1 %	6139,3	13,1 %
4	Донецька	Шахівська	231,8	3,0	13 102,6	-2,5 %	8078,7	12,3 %
5	Хмельницька	Розсошанська	147,9	5,0	6 661,0	-1,8 %	4558,0	9,9 %

*Джерело: складено на основі даних [6].

сових ресурсах та впливає на фінансову спроможність в цілому. Винятком можуть бути невеликі за площею та населенням громади на території, яких функціонують потужні, бюджетоутворюючі підприємства.

Тому вирішення питання створення відповідних матеріальних, фінансових та організаційних умов для забезпечення стабільного та

– 29,2 %, другою йде Верхнянська ОТГ – 18,84 %, третьою Печеніжинська із самостійністю бюджету на 17,33 %.

В загальній структурі доходів ОТГ 71-82 % становлять офіційні трансферти з Державного бюджету – базова дотація, освітня та медична субвенції. Частка податкових надходжень в загальній структурі доходів становить 16-18 %, неподаткові надходження колива-

Таблиця 3

Показники доходів бюджетів територіальних громад Івано-Франківської області за 2016 рік, тис. грн.*

Громада	Податкові надходження	Неподаткові надходження	Доходи від операцій з капіталом	Усього доходів без врахування трансфертів	Офіційні трансферти	Само-стійність бюджету громади %
Верхнянська ОТГ	6 213,8	554,2	6,2	6 774,3	29 177,9	18,84 %
Печеніжинська ОТГ	8 086,4	3,1	123,5	8 580,3	40 923,5	17,33 %
Старобогородчанська ОТГ	6 110,4	101,6	210,9	6 423,0	15 572,0	29,20 %
Всього по області	3163716,1	429 547,4	55 895,1	3 662 591,7	8652004,5	-

*Джерело: складено на основі даних Департаменту фінансів Івано-Франківської ОДА

ються від 0,01 % до 1,5%, доходи від операцій з капіталом від 0,01% до 1%.

За даними рис. 3. основним джерелом, що забезпечує мобілізацію податкових надходжень у двох громадах є податок на доходи фізичних осіб, що становить близько половини податкових надходжень. За результатами 2016 року частка ПДФО у доходах Верхнянської ОТГ становила 49,79 %, у Печеніжинській ОТГ – 54,95 %. Сума надходжень ПДФО

у Старобогородчанській ОТГ становила тільки 27,02 %, натомість частка акцизного податку була вагомішою та займала 41,56 %.

Другим за обсягом джерелом доходів Верхнянської та Печеніжинській громад був єдиний податок, якого надійшло 1 652 060,43 грн. та 1 588 984,58 грн. відповідно, дещо меншим за обсягом єдиний податок був у Старобогородчанській ОТГ – 1 012 316,74 грн., що займав 16,57 % усіх податкових надходжень громади.

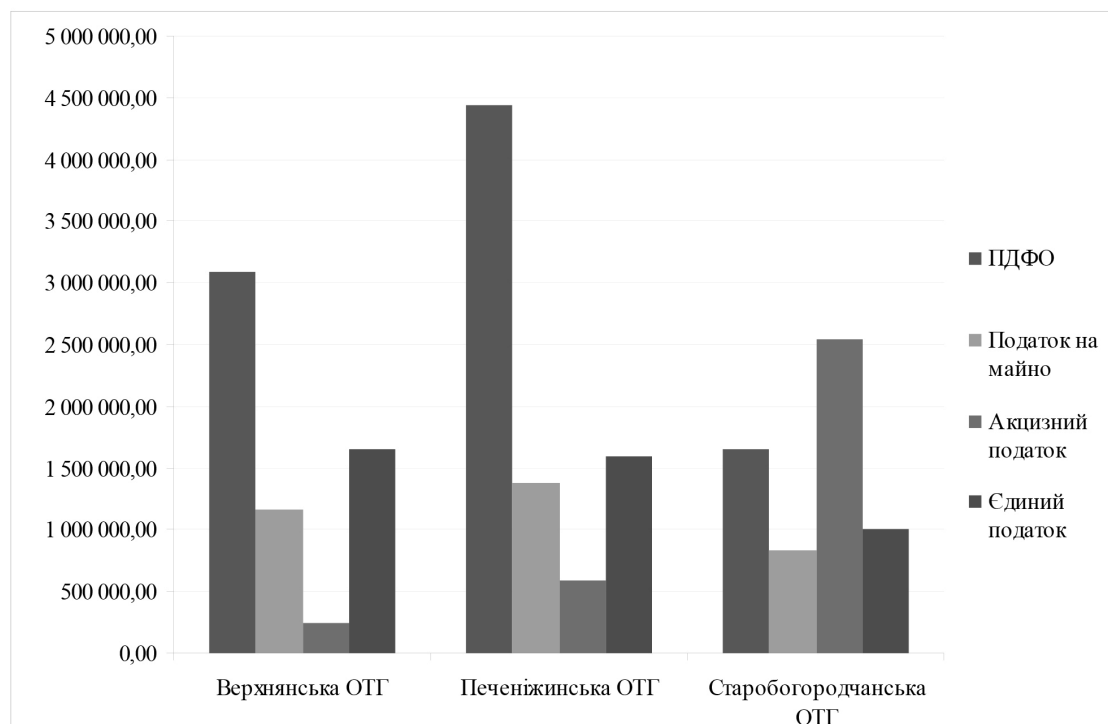


Рис. 3. Структура податкових надходжень до бюджетів ОТГ Івано-Франківської області*

*Джерело: побудовано на основі даних Департаменту фінансів Івано-Франківської ОДА.

Ще одним вагомим джерелом податкових надходжень громад виступає податок на майно, частка якого коливалася від 13 % до 18 %. Найбільше податку на майно надійшло у Печеніжинській ОТГ – 1 373 547,15 грн., найменше у Старобогородчанській громаді – 834 980,27 грн. за підсумками 2016 року.

Надходження податку на доходи фізичних осіб є певним індикатором ефективності ринку праці (середньої заробітної плати, кількості робочих місць) на певній території, та найвагомим джерелом поповнення бюджетів громад, тому доцільно було б розглянути надходження даного податку по ОТГ Івано-Франківської області (табл. 4).

В розрізі основних доходних джерел до загального фонду громад області за 2016 рік надійшло податку на доходи фізичних осіб у сумі 8 587,3 тис. грн., що становить 107 % (+601,1 тис. грн.) до планових показників.

Як бачимо з табл. 4, по всіх трьох ОТГ забезпечено перевиконання плану надходжень податку, а саме по Старобогородчанській ОТГ на 15,7 % (224 тис. грн.), Верхнянській на 10,96 % (305, 7 тис. грн.) та Печеніжинській ОТГ на 1,63 % (71,4 тис. грн.).

У розрахунку на 1 мешканця показники надходжень ПДФО суттєво не відрізняються. Найбільша частка на 1 особу припадає у Верхнянській ОТГ – 263,05 грн., дещо менша у Печеніжинській громаді – 249,84 грн. та Старобогородчанській – 233,90 грн.

Реформування місцевого самоврядування є важливою складовою процесу децентралізації влади в Україні, що супроводжується передачею значної кількості повноважень та фінансових ресурсів на їх виконання від органів державної влади – органам місцевого самоврядування. На сьогодні система створення територіальних громад не завжди дозволяє сформувати незалежні ОТГ, які б мали достатні матеріальні та фінансові ресурси, необхідні

для виконання покладених на них завдань та функцій.

Питання посилення забезпеченості бюджетів територіальних громад власними доходами є достатньо важливим. Підвищення ефективності управління бюджетами територіальних громад необхідно здійснювати шляхом покращання фіскальної ефективності місцевих податків і зборів, посиленням дієвості бюджетного стимулювання регіонального розвитку, оптимізації структури бюджетів місцевого самоврядування, упорядкування їх видаткових повноважень. Для виконання основних завдань, покладених на органи місцевого самоврядування щодо забезпечення економічного зростання та підвищення рівня життя населення важливим є посилення ефективності та прозорості використання бюджетних ресурсів, результативності діяльності розпорядників бюджетних коштів та наукової обґрунтованості прийняття рішень у сфері міжбюджетного регулювання [7, с. 264; 8].

На даний час в умовах адміністративно-територіальної реформи, на забезпечення функціонування територіальних громад передається значна кількість фінансових ресурсів, ефективно використання яких дає громадам можливість функціонувати та виконувати свої функції, проте розширення власної ресурсної бази органів місцевого самоврядування та стабільне нарощення є однією з умов подальшого розвитку громад та країни в цілому, що сприятиме досягненню соціально-економічної стабільності та забезпечуватиме збалансований розвиток територій.

Висновки. Отже, будучи основою фінансових ресурсів громад, доходи бюджетів територіальних громад є однією з ключових складових функціонування органів місцевого самоврядування. Саме дохідна частина бюджетів територіальних громад виступає фінансовою базою органів місцевого самоврядування, яка

Таблиця 4

Надходження податку на доходи фізичних осіб в бюджетах громад області*

Назва ОТГ	Чисельність населення, тис. осіб	План ПДФО, тис. грн.	ПДФО в розрахунку на 1 мешканця, грн.	Рівень виконання, %	Перевиконання/недовиконання, тис. грн.
Верхнянська	10,6	2 788,3	263,05	110,96	305,7
Печеніжинська	17,5	4 372,2	249,84	101,63	71,4
Старобогородчанська	6,1	1 426,8	233,90	115,70	224,0

*Джерело: складено на основі даних Департаменту фінансів Івано-Франківської ОДА.

формується за рахунок власних та закріплених джерел, загальнодержавних податків і зборів, трансфертних платежів, тому пошук нових джерел та методів збільшення фінансових ресурсів об'єднаних територіальних громад є надзвичайно актуальним питанням.

Проте, нажалі на даний момент часу механізм формування доходів бюджетів територіальних громад залишається на низькому рівні, оскільки залежить від державного бюджету, а також від частотої зміни порядку розмежування доходів між рівнями бюджетів. Місцеві органи влади не спроможні профінансувати за рахунок власних доходів ті видаткові повноваження, які пов'язані з виконанням їхніх функцій на основі принципу субсидіарності. Відповідно зростає залежність у вигляді міжбюджетних трансфертів від державного бюджету та рішень органів центральної влади [8, с.207].

Досліджуючи фінансові можливості органів самоврядування на перспективу, важливо проводити пошук і ефективно використовувати альтернативні та наявні джерела ресурсів, що значною мірою забезпечить органам місцевого самоврядування більш широкий доступ до фінансових ресурсів та позитивно впливатиме на зміцнення їх фінансової самостійності та формування достатньої фінансової бази.

Таким чином, результатом реалізації реформи бюджетної децентралізації має стати розбудова економічно та соціально розвиненої, сильної демократичної держави із самодостатнім і незалежним місцевим самоврядуванням, здатним ефективно вирішувати місцеві проблеми та належним чином виконувати покладені на них функції та повноваження.

Література

1. Татарин Н. В., Голів В. І. Місцеві бюджети як основа самостійності місцевого самоврядування. Науковий вісник Міжнародного гуманітарного університету. URL: <http://financial.lnu.edu.ua/wp-content/uploads/2015/11/18.pdf> (дата звернення 17.06.2018).
2. Бюджетний кодекс України: Закон від 08.07.2010 № 2456-VI. URL: <http://zakon3.rada.gov.ua/laws/show/2456-17> (дата звернення: 18.06.2018).
3. Практичний посібник з питань формування спроможних територіальних громад. Проект USAID ДІАЛОГ. Київ: АМУ, 2015. 40 с.

4. Крушельницька Т. А. Формування бюджетів об'єднаних територіальних громад в умовах децентралізації. Публічне управління та митне адміністрування. 2015. № 2. С. 160-168.

5. Оцінка фінансової спроможності 366 ОТГ за 2017 рік у розрізі областей. URL: https://www.ukrinform.ua/rubric-other_news/2430203-ocinka-finansovoi-spromoznosti-366-otg-za-2017-rik.html (дата звернення 17.06.2018).

6. Оцінка фінансової спроможності 366 ОТГ за 2017 рік. URL: https://decentralization.gov.ua/uploads/library/file/177/Буклет_-_Рейтинг_фін._спром_366_ОТГ_за_2017.pdf (дата звернення 17.06.2018).

7. Чузунов О. І. Бюджети місцевого самоврядування як інструмент соціально-економічного розвитку території. Економічний вісник університету. 2014. Вип. 23(1). С. 261-266.

8. Щур Р. І., Зварич Т. Я. Особливості формування доходів місцевих бюджетів в умовах бюджетної децентралізації. Актуальні проблеми розвитку економіки регіону: науковий збірник / ред. І. Г. Ткачук. Івано-Франківськ: Вид-во Прикарпатського національного університету імені Василя Стефаника, 2017. Вип. 13. Т. 2. С. 201-209.

1. Tataryn N. V., Holiv V. I. Local budgets as a basis of local self-government autonomy. Naukovyi visnyk Mizhnarodnoho humanitarnoho universytetu. URL: <http://financial.lnu.edu.ua/wp-content/uploads/2015/11/18.pdf> (Accessed 17/06/2018).

2. The Budget Code of Ukraine. The Law No. 2456-VI of 08.07.2010. URL: <http://zakon3.rada.gov.ua/laws/show/2456-17> (Accessed 18.06.2018).

3. Practical guide on the formation of capable territorial communities. USAID DIALOGUE PROJECT. Kyiv: AUC, 2015. 40 p.

4. Krushelnitska T. A. Formation of the combined territorial communities budgets in the conditions of decentralization. Publichne upravlinnia ta mytne administruvannia. 2015. No. 2. P. 160-168.

5. Evaluation of financial capacity of OTG 366 for 2017 by regions. URL: https://www.ukrinform.ua/rubric-other_news/2430203-ocinka-finansovoi-spromoznosti-366-otg-za-2017-rik.html (Accessed 17.06.2018).

6. Evaluation of financial capacity of OTG 366 for 2017. URL: https://decentralization.gov.ua/uploads/library/file/177/Буклет_-_Рейтинг_фін._спром_366_ОТГ_за_2017.pdf (Accessed 17/06/2018).

7. Chuhunov O. I. Local self-government budgets as an instrument of socio-economic development of territories. Ekonomichnyi visnyk universytetu. 2014. Issue 23 (1). P. 261-266.

8. Shchur R. I., Zvarych T. Ya. The features of formation of local budget revenues under the conditions of budget decentralization. Aktualni problemy rozvytku ekonomiky regionu. 2017. Issue. 13. V. 2. P.201-209.

Гречаник Н. Ю., Михайлишин Л. І.

СУЧАСНА КОНЦЕПЦІЯ МІЖНАРОДНОГО МАРКЕТИНГУ В УМОВАХ ГЛОБАЛІЗАЦІЇ ЕКОНОМІКИ

У статті розглянуто розширення і поглиблення маркетингових підходів організацій, що проводять або мають намір проводити комерційну діяльність за межами національного ринку, де конкуренція має інтернаціональний характер. Виявлено, що глобалізація робить доступними світові ресурси: природні, технологічні, інформаційні, інтелектуальні, збільшує комерційні можливості для компаній будь-якого ринку та рівня і зумовлює необхідність міжнародного маркетингу.

Актуальність теми. Сучасний розвиток маркетингових підходів йде не тільки по шляху їх розширення і поглиблення на національних ринках, але і в масштабах міжнародних ринків. В умовах глобалізації економіки зростає число фірм, що діють в міжнародних масштабах, їх конкуренція носить інтернаціональний характер. Причому, сьогодні на рівень міжнародного маркетингу виходять не тільки великі компанії, але і дрібні фірми. Вони можуть розширювати потенційний попит і збільшувати обсяг виробництва, покращуючи свої господарські показники за рахунок економії на масштабі, враховувати високий ринковий потенціал та сприятливі тенденції.

Сучасні організації розглядають світовий ринок як єдиний ринок, не звертаючи уваги на територіальні кордони, діють всюди, де є можливість. Їх маркетингова політика спрямована на досягнення конкурентних переваг у глобальному масштабі. Міжнародний маркетинг пов'язаний з інтеграцією і стандартизацією маркетингової діяльності на різних географічних ринках. У той же час діє і адаптаційна складова маркетингової діяльності закордонних компаній, тобто пристосування маркетингового комплексу до особливостей окремих країн і ринків, що передбачає «кристалізацію» конкурентних переваг як з подібності, так із відмінностей ринків.

Міжнародний маркетинг являє собою важливу умову встановлення діючого зворотного зв'язку між попитом та пропозицією в міжнародному масштабі, є своєрідним гарантом того, що виготовлена продукція, пройшовши всі етапи виробничого процесу, знайде свій шлях до кінцевого споживача за кордоном.

Обґрунтовано, що глобалізація економіки, динамічність інновацій, технологічний прогрес, економічна нестабільність в світі, конкурентні умови ринку зумовлюють актуальність міжнародного маркетингу.

Ключові слова: міжнародний маркетинг, глобалізація економіки, міжнародні ринки, маркетингові підходи, світова економіка, організація.

Проте міжнародний маркетинг є динамічний та тенденційний мінливим глобалізаційним процесам, тому потребує постійної уваги до нових викликів.

Глобалізація зумовлює участь як окремих компанії так і суспільства вцілому до глобальної конкуренції: ринки, організації, мови, культури більше не мають чітких територіальних кордонів, межах, бар'єрів. Глобалізація робить доступним всі світові ресурси: природні, технологічні, інформаційні, інтелектуальні. Це значно прискорює розвиток і збільшує можливості для компаній будь-якого ринку та рівня організації і зумовлює необхідність міжнародного маркетингу.

Актуальність проблематики також пов'язана з тим, що в умовах глобалізації економіки прискореними темпами розвивається торгівля послугами, причому зростає як імпорт, так і експорт послуг. У цій сфері міжнародний маркетинг має свою специфіку, тому можна окремо позначити сферу нематеріальних послуг, а також послуги, пов'язані зі збутом і експлуатацією товарів. Останнє особливо важливо для компаній з високим ступенем диверсифікації що самостійно здійснюють післяпродажне обслуговування. Для таких компаній міжнародний маркетинг дуже важливий.

Постановка завдання. Питання, пов'язані з міжнародним маркетингом є актуальними та динамічними. Для будь-якої організації, яка бажає включитися в міжнародні економічні відносини, першочерговим завданням стає забезпечення успішного виходу на зовнішній ринок, як правило, вже заповненими аналогічними товарами і послугами. Глобалізаційні процеси, динамічність інновацій та техноло-

гічний прогрес, економічна нестабільність в світі, широкі умови ринку з його конкуренцією сприяють застосуванню міжнародного маркетингу.

Результати. Міжнародний маркетинг, що виник в 70-х рр. як філософія і технологія діяльності на зарубіжних ринках, в умовах сьогодення розвитку не тільки зберігає свою актуальність, а й постійно розвивається, поглиблюється і набуває якісно нових рис. Предмет міжнародного маркетингу складають закони і закономірності розвитку міжнародних ринкових відносин (і механізм їх використання з урахуванням особливостей національної та інтернаціональної навколишнього маркетингової середовища, в якій функціонують суб'єкти ринкових відносин.

Основним суб'єктом міжнародного маркетингу виступають глобальні і багатонаціональні компанії.

Об'єктом міжнародного маркетингу виступає світовий ринок (або його сегмент), на якому компанія здійснює аналітичну і дослідницьку діяльність за вибором конкурентної позиції і планування експортного товарного асортименту, визначає цінову політику і т.д.

Термін "міжнародний маркетинг" відноситься до діяльності підприємств та організацій, сфера виробничої і комерційної діяльності яких поширюється за межі національного ринку. Маркетинг міжнародної фірми спрямований на орієнтацію науково-технічної і виробничо-збутової діяльності, на потреби конкретних зовнішніх ринків.

Політика міжнародного маркетингу передбачає планомірну, постійну, активну роботу на міжнародному ринку на різних етапах просування продукції до споживача.

Міжнародний маркетинг виступає як відповідна реакція бізнесового світу на такі процеси як: розширення партнерських взаємин на світовому ринку, зростання виробничих можливостей, швидке оновлення товарного асортименту, часті зміни характеру і структури ринкового попиту, його кон'юнктурні коливання, спільні та відмінні риси окремих культур інформаційне забезпечення тощо. Найбільш важливим орієнтиром для міжнародного маркетингу є повна і чітка орієнтація на закордонного споживача, прагнення задовольнити його прагнення і потреби.

Міжнародний маркетинг являє собою підхід до прийняття виробничих рішень з позиції найбільш повного задоволення вимог

і місцевих, і іноземних споживачів. Материнська компанія цілеспрямовано ставить задачі своїм виробничим підрозділам (місцевим і закордонним) відносно науково-технічних розробок і продукції, що випускається, визначає найбільш ефективну технологію виробництва. Проведення міжнародного маркетингу як окремого напрямку маркетингової діяльності підприємства, часто вимагає перебудови всієї системи управління виробництвом, підвищення ефективності діяльності всіх підрозділів компанії.

Сутність процесу глобалізації полягає в розширенні і ускладненні взаємозв'язків між державами, формуванні глобального ринку товарів, робочої сили, капіталів, інформаційних технологій, в інтернаціоналізації капіталу та посилення конкуренції на світових товарних ринках, контроль над природними ресурсами та інформаційним простором. Під впливом глобалізації світової економіки посилюється інноваційний розвиток виробництва, створюються робочі місця, удосконалюються ринкові відносини, відбувається лібералізація зовнішньоекономічної політики, зростає добробут населення.

В результаті глобалізації світова економіка стала виглядати не як проста сукупність національних економік, а як якісно нове економічне співтовариство із власними особливостями.

1. Сучасні процеси глобалізації зачіпають промислово розвинені країни, сприяючи інтернаціоналізації науки і виробництва, розвиваючи проривні технології як основний засіб підвищення міжнародної конкурентоспроможності. Що стосується країн, що розвиваються, глобалізація лише підсилює їх відставання від промислово – розвинутих країн. Беручи участь в інтернаціоналізації в якості постачальників сировини, матеріалів і розміщуючи на своїй території трудові місткі і екологічно небезпечні виробництва, вони виявляються в сильній залежності від передових держав світу.

2. Істотно змінилися не тільки обсяги світової торгівлі, але основні напрямки і товарна структура міжнародної торгівлі. Її основу складають міжнародний обмін технологіями, наукомісткими і високотехнологічними товарами, іншою готовою продукцією.

3. Основою глобалізації виступає інтернаціоналізація не обміну, а виробництва, суб'єктами якого є транснаціональні компанії. Саме ТНК виступають основними контрагентами глобальної економіки, які акумулюють

більшу частину доходів що генерується нею. Конкуренція цих компаній на міжнародному рівні нерідко є значно гострішою, ніж на національному рівні, використовуються принципово інші методи конкурентної боротьби. ТНК перетворюються в самостійну силу, без якої національна економіка приречена на пасивну роль в загальносвітових економічних відносинах.

4. Економічна глобалізація все більше набуває форму фінансової глобалізації. Суть її полягає в тому, що пошук і використання конкурентних переваг компанії на міжнародних ринках стали жорстко спиратися на нові і різноманітні фінансові інструменти, що виростають із можливостей світового фінансового ринку. Спираючись на унікальні можливості комп'ютеризації та розвитку системи комунікацій, фінансова глобалізація стала визначати стратегію і тактику міжнародної маркетингової діяльності.

Основним принципом міжнародного маркетингу є орієнтація кінцевих результатів виробництва на реальні вимоги іноземного ринку і смаки споживачів. З цього принципу випливає ряд вимог.

1. Необхідно постійно вивчати міжнародний ринок, знати стан і динаміку споживчого попиту на даний товар (послугу), використовувати отриману інформацію в процесі розробки та прийняття науково-технічних, виробничих та господарських рішень.

2. Максимально пристосовувати виробництво до вимог іноземного ринку для підвищення ефективності функціонування підприємства, випускати товари, затребувані споживачем, тобто виробляти те, що продається.

3. Впливати на ринок і споживчий попит всіма доступними засобами з метою формування його в необхідних для підприємства напрямках.

4. Організувати доставку товару в таких кількостях, в такий час і таке місце, які найбільше влаштовували б кінцевого споживача.

5. Забезпечити цільове управління всім процесом: наукові розробки, виробництво, реалізація, сервіс.

6. Розвивати міжнародний ринок на відносно однорідні групи споживачів (здійснювати сегментацію ринку) і орієнтуватися на ті сегменти, на яких підприємство має найкращі потенційні можливості; випускати продукцію з урахуванням особливостей окремих сегментів ринку.

7. Завойовувати ринок товарами найвищої якості та надійності.

8. Домагатися переваг в конкурентній боротьбі за рахунок підвищення технічного рівня і якості продукції, надання покупцеві більшого обсягу і кращої якості супутніх послуг.

9. Сприяти торговим посередникам, надаючи їм допомогу у вирішенні технічних проблем та навчанні персоналу.

10. Орієнтувати стратегію маркетингу на перспективу, ставлячи конкретні завдання із завоювання міжнародного ринку, розширення обсягу продажів, особливо на перспективних секторах ринку. Практика реалізації міжнародної маркетингової політики показала, що вибіркоче використання окремих складових, наприклад, вивчення товару або прогнозування ринку, не дає належного ефекту. Тільки комплексний підхід дозволяє успішно прорватися на міжнародний ринок з товарами і послугами, особливо з новими товарами та оригінальними послугами. Такий підхід дозволяє чітко сформулювати глобальну стратегію і дотримуватися її.

Основу міжнародної маркетингової політики складають такі підходи:

- сегментація ринку;
- вибір цільових ринків;
- пошук шляхів виходу фірми на ринок;
- вибір і застосування методів і засобів маркетингу;
- визначення часу виходу на ринок.

В основі сегментації ринку лежить загальновідоме твердження про те, що кожен елемент міжнародного ринку є неоднорідним і складається з різних груп товарів, регіонів, країн, покупців з різними запитами і поведінкою. В процесі розробки міжнародної маркетингової політики компанія повинна визначити своє ставлення до цих груп і прийняти рішення, хто з них буде потенційним покупцем конкретної товарної продукції фірми, тобто, окреслити типовий портрет споживача пропонованої продукції на даному ринку та основну вигоду що задовольнятиметься. Сегментування дозволяє встановити кількісні характеристики: число виділених груп, їх розмір, тенденції розвитку; дає можливість розкрити причинно-наслідкові зв'язки поведінки споживачів і дозволяє на основі аналізу ознак поведінки виділити і описати їх умовні типи. Найбільш поширеними методами сегментаційного аналізу і вибору цільових ринків в міжнародному маркетингу є матричний, статистичний методи і метод кластерного аналізу.

Розширення частки ринку здійснюється шляхом випуску і впровадження на міжнародний ринок нової продукції, формування нових потреб у споживачів, проникнення в нові сфери застосування продукції. Модифікація і впровадження на ринок нових товарів здійснюється в умовах застосування як прямих, так і прихованих методів конкурентної боротьби, таких як зниження цін, продаж товарів кращої якості за тими ж цінами, надання покупцеві тривалих гарантій, споживчих кредитів, безкоштовних супутніх послуг та інших способів стимулювання збуту.

Структура ринку, яка визначається часткою на ринку окремих товарів, піддається змінам у зв'язку з появою на ринку дрібних і середніх фірм-новаторів, а також торгових посередників, що конкурують на ринку пропозицією імпортованих товарів, загальними тенденціями ринку та світовими процесами.

Характерно, що великі міжнародні організації зазвичай спеціалізуються в основному на нововведеннях в технологію виробництва з метою зниження витрат на виготовлення продукції або на товарну диференціацію. Коли визначено конкретний сегмент ринку, перед компанією стоїть завдання вибору маркетингових засобів для освоєння цього сегмента. До цих засобів відносяться: товар, місце продажу, канали просування товару на ринок, стимулювання продажу, ціна і ін. Кожен із перерахованих маркетингових засобів в конкретних ринкових умовах має різне значення.

Успіх фірми на ринку в значній мірі визначається правильним вибором часу виходу на міжнародний ринок, який в першу чергу визначається ступенем конкурентоспроможності. На ринку зазвичай виграє той, хто вчасно випереджає конкурента. Проте іноді виявляється вигідніше не поспішати з впровадженням товару на міжнародний ринок. Це має місце в тих випадках, коли ситуація на ринку нечітка і фірмі слід вивчити дії конкурентів, або існують інші ризики, наприклад, пов'язані із політичними / правовими чинниками.

При вивченні міжнародних ринків особливості міжнародної маркетингової політики визначаються в першу чергу тим, що зовнішні ринки з більш жорсткою конкуренцією пред'являють більш високі вимоги до пропонуваного на них товару за якістю, сервісу, рекламі та ін. При цьому необхідно враховувати, що світовий ринок є конгломератом з національних ринків. Кожному з цих ринків при-

таманні як загальні риси, так і властиві лише цьому ринку відмінності. Визначення можливостей міжнародного ринку і оцінка підприємством свого зовнішньоторговельного потенціалу – вихідні позиції міжнародної маркетингової політики. Без ґрунтовного знання ринку практично неможливо дати правильну оцінку своїм експортним можливостям, оскільки така оцінка вимагає зіставлення елементів і вимог ринку з відповідними параметрами діяльності підприємства. Так, рівень конкурентоспроможності своїх товарів підприємство зможе коректно визначити лише шляхом порівняння їх із закордонними аналогами, причому слідуючи визначеній методиці.

При розробці міжнародної маркетингової політики велику роль відіграють маркетингове планування і контроль. Складання плану маркетингу має розпочатися з визначення контрольних показників, тобто тих показників, які повинні бути досягнуті компанією. Потім в плані подається аналіз поточної маркетингової ситуації, розглядаються різні фактори, середовища міжнародного ринку, аналіз товарів, конкурентів, посередників та ін.

Планування продукції – систематичне прийняття рішень з усіх аспектів розробки і управління продукцією фірми. Відбувається відбір нових видів виробів, налагоджуються масове виробництво і канали збуту, розширюється або скорочується виробництво вже освоєних виробів.

Найважливішими факторами, що впливають на вибір варіанту входження міжнародної компанії на зарубіжний ринок, слід вважати:

- швидкість входження на ринок;
- прямі і непрямі витрати по виходу на даний ринок;
- рівень можливого ризику;
- терміни окупності інвестицій;
- ступінь гостроти конкуренції;
- сукупна купівельна спроможність населення країни, де розташований ринок.

Міжнародний маркетинг, з огляду на глобальні зміни у світовій економіці, звертає велику увагу на такий важливий елемент закордонних господарських одиниць, як організаційні форми виходу і присутності на світових ринках. До них належать такі:

- прямий експорт;
- оплачуваний торговий представник;
- технічна допомога за кордоном;
- контракт про управління (стосується продажу послуг на експорт);

- делегування повноважень компаніям за кордоном;

- використання послуг міжнародних посередників (маклерів, агентів по закупівлях і продажах, з міжнародної торгівлі, імпортерів-дистриб'юторів);

- передача або експорт ноу-хау (передача патентної ліцензії, зарубіжний трансферт технологій, субпідряд на експортну продукцію);

- спільне підприємство (асоціація з місцевим партнером, асоціація у вигляді змішаного суспільства);

- ліцензування виробництва;

- створення дочірньої виробничої філії;

- створення збутового філії з елементами інвестиційної компанії;

- пряме володіння.

Також варто розглянути основні виклики, з якими стикається міжнародний маркетинг та можливі шляхи їх уникнення або розв'язання.

1. Значний ризик. Це пояснюється тим, що на зовнішніх ринках для успішної роботи необхідно докладати великих зусиль, оскільки до товарів висуваються високі стандарти.

2. Пошук такого продукту для експорту, який буде задовольняти потреби покупців в країні, куди екпортується. При цьому товар повинен мати прийнятну конкурентну ціну.

3. Складність проведення маркетингових досліджень. Для міжнародної маркетингової діяльності необхідно ретельно вивчати зовнішній ринок, а це набагато складніше, ніж вивчення внутрішнього ринку.

4. Законодавчі вимоги та обмеження. У кожній країні є свої вимоги з приводу експорту та імпорту товарів, оскільки вивозити можна не тільки готову продукцію, а й сировину

5. Логістика та транспортні затрати. Вибір виду транспорту, а також час на перевезення залежать від виду товару, який транспортується та заключених міждержавних договорів країн-партнерів.

6. Технічні вимоги. У кожній країні до продукції висуваються свої технічні вимоги і пропонується продукція має їй відповідати по всіх критеріях.

7. Висока конкурентоспроможність товарів. Це означає, що товари, які екпортуються, навіть через кілька років після виходу на ринок, повинні відрізнятися високою конкурентоспроможністю.

Виділивши основні проблеми, необхідно розглянути і деякі шляхи їх вирішення. Вони полягають в наступному:

1. Визначити, яка продукція необхідна іншій країні, який стан ринку, необхідно їй відповідати. Далі оцінити наявні на ринку товари, а також ступінь відповідності продукту, який екпортується місцевих умов, традицій і культури. У багатьох випадках, всю цю роботу здійснює місцеві спеціалізовані фірми, які надають інформацію про ринок за певну грошову плату;

2. Для вирішення проблеми з приводу законодавчих вимог, необхідно мати місцевого фахівця, який має юридичну освіту і допоможе у всіх питаннях, або скористатись консультацією фахівця із міжнародного права, або послугами торгово-промислової палати;

3. Для ефективної діяльності на зовнішньому ринку необхідно творчо і гнучко використовувати маркетингові методи. Стандартних підходів тут немає. Метод вибирається з урахуванням прогнозів розвитку ринків, міжнародної практики, специфікації товарів, які екпортуються, тенденцій даного ринку;

4. При транспортуванні продукції слід пам'ятати про реальні загрози збереження товару, відповідно врахувати вибір транспортного засобу в залежності від виду продукції. У таких випадках можна звернутися до спеціального агента, який забезпечить виконання послуг зі зберігання і транспортування товарів;

5. При розробці продукції для експорту, необхідно упевнитися в тому, що вона відповідає технічним вимогам країни, в яку вона буде прямувати.

Висновки дослідження. Сучасні умови ринку і його можливості надають суб'єктам міжнародного ринку широкий діапазон комерційного успішного виходу на глобальний ринок, оптимальні рішення при цьому забезпечуються вмілим проведенням міжнародного маркетингу.

Міжнародний маркетинг передбачає вивчення зовнішнього ринку для подальшої орієнтації виробництва на випуск тих товарів, які можуть мати там збут. Розподіл в системі міжнародного маркетингу об'єднує регулювання всіх виробничих можливостей, спрямованих на переміщення продукту з місця виробництва до місця споживання. Таким чином, найважливішим завданням в цій сфері є вибір каналів збуту на стратегічному та тактичному рівнях.

Бізнес повинен звертати увагу на комерційний ризик, розподіляти його, звертаючись до покупців в різних сегментах, продовжува-

ти життєвий цикл товару, проникаючи на нові ринки, де міжнародний попит є ще ширшим, тоді як на національному ринку фірми він вже досяг зрілості; диверсифікувати свої позиції на ринку, захищаючи себе від конкуренції і досліджуючи діяльність конкурентів на інших ринках; знижувати витрати, використовуючи порівняльні переваги на ринках інших країн.

Процес розподілу сьогодні немислимий без комунікаційної підтримки, швидкого доступу до інформації та інтернету, тому актуальним є аналіз цих аспектів міжнародного маркетингу, тому що це дозволяє більш ефективно використовувати наявні ресурси, скорегувати обрані фірмою стратегії і вплинути на кінцеві результати діяльності. Контроль цих кінцевих результатів дозволяє виявити ті місця, де існують проблеми або виявляються нові невикористані можливості.

Таким чином, для успішної маркетингової діяльності на зовнішніх ринках необхідно докласти більш значні і цілеспрямовані зусилля, ніж це потрібно на внутрішньому ринку, при цьому дотримуватися принципів маркетингу, методи і процедури. Необхідно вивчати закордонні ринки, їх можливості і вимоги. Це є більш складним і трудомістким, ніж дослідження внутрішнього ринку. Далі слід зазна-

чити, що для ефективної діяльності необхідно творчо використовувати різні маркетингові процедури з урахуванням розвитку ринків різних країн і торговельних порядків, дотримуватися вимог зовнішніх ринків, точніше, вимогам потенційних іноземних покупців. Велике значення мають товари-новинки, які через кілька років після виходу зберігають конкурентні позиції. Практика свідчить, що вироби, які не задовольняють вимоги ринку, зазнають втрат і витрати набагато вищі, ніж проведення маркетингових досліджень даних ринків.

Міжнародний маркетинг в умовах глобалізації економіки об'єднує цілий комплекс досліджень з різних напрямків, і тому всі компоненти маркетингової діяльності слід розглядати у взаємозв'язку і взаємозалежності.

Література

1. Cateora Philip R. International marketing / Philip R. Cateora, Mary C. Gilly, John L. Graham. – McGraw-Hill/Irwin, 2011. – 659 p.
2. Levitt T. The Globalization of Markets // Harvard Business Review. – 1983. – № 61, May-June. – p. 92-102.
3. Ohmae K. The Triad World View / K. Ohmae // The Journal of Business Strategy. – 1987. – № 7 (4). – p. 8-19
4. Білорус О. Г., Власов В. І. Глобальні трансформації торгівлі: монографія / О. Г. Білорус, В. І. Власов. – К.: ННЦ ІАЕ, 2008. – 228 с.

УДК 336.225

Шкроміда Н. Я.

БЮДЖЕТУВАННЯ ПОДАТКІВ І ЗБОРІВ ЯК ЕЛЕМЕНТ СИСТЕМИ КОРПОРАТИВНОГО ПОДАТКОВОГО МЕНЕДЖМЕНТУ

У статті розглянуто бюджетування податків як елемент системи корпоративного податкового менеджменту. Визначено необхідність бюджетування та основні завдання формування податкового бюджету підприємства. Систематизовано послідовність обліко-

во-аналітичних розрахунків процесу бюджетування податкових зобов'язань.

Ключові слова: податкове бюджетування, аналітичні розрахунки, послідовність проведення, оптимізація податкового навантаження.

Shkromyda N. Ya.

BUDGETING TAXES AND COLLECTIONS AS A ELEMENT OF CORPORATE TAX MANAGEMENT SYSTEM

The article considers the budgeting of taxes as an element of the corporate tax management system. The necessity of budgeting and the main tasks of forming the tax budget of the enterprise are determined. The sequence of accounting and

analytical calculations of the budgeting process of tax liabilities is systematized.

Key words: tax budgeting, analytical calculations, consistency, optimization of tax burden.

Вступ. На сучасному етапі розвитку вітчизняної економіки, який характеризується присутністю кризових явищ та невизначеністю бізнес-середовища, управління фінансово-господарською діяльністю підприємства є складним процесом, зміст якого зводиться до пошуку нових і прийняття найбільш ефективних управлінських рішень. Відомо, метою діяльності будь-якої підприємницької структури є отримання прибутку. При цьому бажання отримати прибуток є метою підприємницької діяльності, незалежно від того, якими способами підприємство досягає цього, розширенням діяльності – екстенсивний шлях або інтенсивним – підвищенням продуктивності праці, оптимізації витрат діяльності, підвищенням ефективності використання активів підприємства та ін.

Фінансовий результат діяльності підприємства за певний період часу напряму залежить від витрат, пов'язаних з фінансово-господарськими операціями. Тому з позиції управління діяльністю підприємства до категорії витрат також відносять витрати на сплату податкових зобов'язань. Проте, не завжди взаємозв'язок «чим менші податки – тим більший прибуток» є прямолінійним, оскільки зменшення розміру сплати одних податкових платежів може призвести до збільшення розміру інших, а також до штрафних санкцій з боку контролюючих органів. Тому суб'єктам господарської діяльності з метою забезпечення прибутковості власного бізнесу необхідно орієнтуватись не на тактику скорочення суми податкових платежів, а на стратегію оптимального управління господарською діяльністю на основі застосування системи методів та способів корпоративного податкового менеджменту.

Постановка проблеми. На сьогоднішній день управління витратами підприємства, в тому числі і податковими зобов'язаннями, є одним із основних завдань на шляху до отримання прибутковості діяльності та забезпечення фінансової стійкості функціонування.

Відомо, податкове законодавство України передбачає нарахування та сплату суб'єктами господарювання доволі значної кількості податків та зборів, що суттєво впливає на їх загальний фінансово-майновий стан. Саме тому питання застосування методів та способів корпоративного податкового менеджменту є особливо актуальним. У цьому контексті важливим елементом системи корпоративного податкового менеджменту є податкове бюджетування.

Теоретичні та методичні проблеми процесу бюджетування податків розглядалися у працях вітчизняних та зарубіжних вчених, зокрема Б. А. Аманжолової, І. Ансоффа, І. О. Бланка, Т. В. Бодрової, К. Брейлі, В. П. Вишневського, С. Ф. Голова, А. І. Даниленка, Т. І. Єфименко, В. С. Загорського, Ю. Б. Іванова, Г. П. Кириєнка, А. І. Крисоватого, А. Я. Кізіма, В. В. Карпової, К. Ф. Ковальчука, В. Ф. Комарова, О. Є. Кузьміна, І. О. Луніної, П. В. Мельника та ін.

Результати. У корпоративному податковому менеджменті особливе місце займає бюджетування податкових зобов'язань, в ході якого прогноуються суми податкових платежів в планованому періоді. Податкове бюджетування засновано на виборі оптимальних рішень в області податкових доходів і податкових витрат з метою отримання максимуму податкового прибутку.

Аналіз літературних джерел дозволяє стверджувати, що немає єдиного підходу вчених щодо процесу податкового бюджетування. З одного боку бюджетування можна розглядати як елемент комплексної системи управління підприємством, яка включає облік, контроль, планування та аналіз всіх показників фінансово-господарської діяльності, а з іншого – бюджетування розглядається як технологія управлінського обліку, яка передбачає формування бюджетів визначених об'єктів обліку та їх використання з метою забезпечення прибутковості та фінансової стійкості.

Так, Н. Левченко та Я. Книш констатують, що бюджетування податків є складовою частиною загального процесу бюджетування на підприємстві, що підтверджується особливостями складання податкових бюджетів [2].

Ю. Б. Іванов, А. І. Крисоватий, А. Я. Кізім, В. В. Карпова, досліджуючи поняття бюджетування податкових платежів, розглядають цей економічний процес як систему планових розрахунків з використанням взаємопов'язаних бюджетів підприємства, спрямована на визначення планової суми податкових платежів, що підлягають сплаті в наступних податкових періодах. На відміну від розрахунку поточних податкових платежів, бюджетування дозволяє обчислити податкові зобов'язання не тільки на поточний, але й на наступні податкові періоди [1].

Таким чином, процес бюджетування податків являє собою систему заходів, спрямовану на визначення планової суми податкових

зобов'язань, які суб'єкт господарювання має сплатити у майбутніх періодах.

Необхідність бюджетування податкових платежів на підприємстві полягає у тому, що фірма може з точністю прогнозувати відтік грошових коштів у складі витрат на сплату податків і зборів. Це дозволяє завчасно визначити потребу коштів, і у разі їх недостатці знайти додаткові джерела для їх формування, що, у свою чергу, знижує ризик появи штрафних санкцій за несплату податків.

Таким чином можна виділити основні завдання формування податкового бюджету підприємства:

- консолідація інформації про структуру податкового навантаження підприємства;
- визначення загального податкового навантаження на обраній системі оподаткування;
- сформувані платіжний календар з обліком податкових потоків;
- забезпечення координації діяльності для цілей оподаткування та забезпечення взаємозв'язків інтересів окремих підрозділів та організації в цілому;
- знизити податкові ризики та витрати на сплату штрафних санкцій;
- отримання інформації та контроль за термінами здійснення податкових платежів;
- ефективно управління витратами на сплату податкових зобов'язань;
- проведення попередньої аналізу та отримання інформації про кінцевий результат діяльності за аналізований період;
- забезпечення фінансової стійкості та поліпшення фінансового-майнового стану на основі оптимізації податкових зобов'язань.

Доведено, для формування бюджету податків і зборів підприємства слід дотримуватись наступних етапів обліково-аналітичних розрахунків:

1. Підготовчий етап – передбачає здійснення попереднього бюджетного податкового аналізу, зокрема:

- законодавчих та нормативних документів, їх змін у порівнянні з минулими бюджетними періодами;
- основних елементів податків (платники, об'єкт оподаткування, податковий період, ставки податку, податкова база, терміни сплати, звітні періоди, податкові пільги);
- визначення структури податкових зобов'язань, що підлягають сплаті відповідно до обраної системи оподаткування у звітному періоді.

2. Розрахунковий етап – передбачає бюджетне податкове планування за видами податків, а саме:

– відображення заборгованості на початок бюджетного періоду і нарахованих сум за планований період; розрахунок податкових платежів; розрахунок заборгованості по податках на кінець (на початок наступного) періоду. Здійснюється на основі операційних бюджетів з використанням додаткової інформації, яка міститься в свідоцтвах про реєстрацію права власності, технічних паспортах, договорах на оренду майна, реєстрах бухгалтерського обліку і т. д.;

– визначається коефіцієнт еластичності податків, який показує як зміниться величина того чи іншого податку при зміні податкової бази або ставки податку.

Відомо, коефіцієнт розраховується за формулою:

$$E = \frac{\Delta X / X_0}{\Delta Y / Y_0},$$

де E – коефіцієнт еластичності податків; X_0 – початковий рівень податкових надходжень (всіх податків, групи податків або окремого податку); ΔX – приріст податкових надходжень (всіх, групи податків або окремого податку); Y_0 – початковий рівень визначального фактора (дохід або ін.); ΔY – приріст аналізованого чинника.

Доречно відзначити, на основі даної інформації може бути прийнято рішення щодо здійснення оптимізації податкового навантаження підприємства. Так, до основних способів оптимізації оподаткування слід віднести:

- використання пільг, які передбачені чинним законодавством. Так, відповідно до норм Податкового кодексу суб'єкти господарювання у визначених випадках можуть обрати спеціальний режим оподаткування, що у підсумку зменшується податкове навантаження;
- дроблення бізнес-структур на окремі компоненти з метою переходу на спрощену систему оподаткування. Вказаний спосіб досягається за допомогою структуризації господарської одиниці та зміни організаційно-правової форми, при цьому не порушуючи економічної послідовності бізнес-процесів;
- формування оптимального портфелю бізнес-партнерів (контрагентів). Мається на увазі, у процесу фінансово-господарської діяльності здійснювати правильний підбір контрагентів,

фінансові правовідносини з якими дозволяють з високих ставок податків перейти на більш вигідні та, внаслідок, зменшити податкове навантаження;

– ділення складних фінансових операцій на більш спрощені господарські операції, внаслідок чого досягається оптимізація податного навантаження;

– поділ і делегування податкового навантаження на інші господарюючі суб'єкти шляхом створення дочірніх підприємств, які згідно реєстрації і розташування можуть мати податкові пільги та звільнення. За таких умов можна розвантажити основне (материнське) підприємство [5].

Основним завданням розрахункового етапу є формування податкових бюджетів підприємства, де встановлюються їх взаємозв'язки з відповідними операційними бюджетами на основі групування податкових бюджетів відповідно до структурних підрозділів. Відповідно до цього розробляється порядок складання податкових бюджетів на підставі розрахунку окремих податкових платежів підприємства, встановлюється послідовність складання та порядок відображення інформації про податкові зобов'язання у бюджетних формах.

3. Контрольний етап – покликаний здійснювати бюджетний податковий контроль, а саме: методики розрахунку показників податкового бюджету; виконання допоміжного бюджету податків; відхилення фактичних показників від планових; взаємозв'язку значень податкового бюджету і операційних бюджетів організації; пропозицій щодо коригування бюджету податків і зборів.

4. Наступний етап – бюджетний податковий аналіз, який передбачає вивчення відхилення фактичних показників від бюджетних; встановлення причин з урахуванням зміни показників операційних бюджетів організації; визначення додаткової довідкової інформації (нові об'єкти оподаткування, зміна податкової бази і ін.).

Для забезпечення раціональної організації та ефективного проведення процесу бюджетування податків і зборів на підприємстві необхідним є дотримання основних принципів:

– принцип системності – розраховані бюджети податків слід скоординувати з усіма операційними бюджетами та генеральним (зведеним);

– принцип гнучкості – бюджети податків і зборів повинні складатися таким чином, щоб

згодом була можливість їх відкоригувати залежно від непередбачених обставин;

– принцип безперервності – передбачає безупинний процес бюджетування податків, при якому раніше розроблені бюджети податків постійно аналізуються й коригуються з урахуванням змін законодавства;

– принцип точності – бюджети податків повинні бути точними, конкретизованими та деталізованими до тієї міри, що забезпечить прийняття виважених управлінських рішень;

– принцип участі – передбачається участь всіх співробітників підприємства в розробці бюджетів податків підприємства.

Встановлено, на практиці виділяють три основні підходи до організації бюджетування податків:

– «згори-вниз» – бюджетування податків здійснюється від керівництва підприємства до його структурних підрозділів;

– «знизу-вгору» – бюджетний процес розпочинається на рівні структурних підрозділів, який згодом генерується на вищих рівнях управління підприємством;

– «згори-вниз / знизу-вгору» – поєднуються попередні підходи, тобто спочатку керівництво господарюючого суб'єкта визначає параметри процесу бюджетування, якими структурні підрозділи керуються під час формування податкових бюджетів та передають «вгору» для подальшого узагальнення і бюджетування податків по підприємству в цілому.

Кожен з наведених підходів має як свої переваги, так і недоліки. Так, перевагою підходу організації «згори-вниз» є визначення керівництвом підприємства чітких стратегічних параметрів господарювання на перспективу, які слід враховувати у процесі бюджетування як діяльності в цілому, так і податків і зборів зокрема. Однак, чіткість таких параметрів звужує бачення і креативність прогнозування структурних підрозділів, які змушені дотримуватись заданих напрямків і обсягів господарювання. Водночас, суттєвим недоліком підходу організації бюджетування «знизу-вгору» є відсутність у нижніх рівнях управління та структурних підрозділів бачення загального корпоративного стану підприємства та розуміння стратегічного напрямку його розвитку, що є важливим у процесі планування діяльності суб'єкта господарювання. Зрозуміло, найбільш оптимальним залишається третій підхід до організації бюджетування податків – «згори-вниз / знизу-вгору», який поєднує пе-

реваги та відкидає недоліки двох попередніх підходів. Однак, властивим недоліком останнього є значна витрата часу та дорого вартісне його здійснення.

Висновки. У ході проведених досліджень встановлено, що бюджетування податків і зборів є важливим елементом системи корпоративного податкового менеджменту, які в сукупності відіграють провідну роль в управлінні діяльності підприємства, адже, податки на практиці є важливим інструментом економічного регулювання, ефективним важелем впливу на більшість бізнес-рішень, часто змушуючи керівників кардинально змінювати тактику дій господарюючого суб'єкта та вносити корективи в його операційну діяльність. При цьому, вважаємо, раціональна організація та ефективність здійснення податкового бюджетування на підприємстві можуть бути досягнуті за умови належного дотримання мети бюджетного процесу, чітких завдань, принципів та реалізації основних етапів здійснення обліково-аналітичних процедур бюджетування податків і зборів.

Література

1. Иванов Ю. Б. Податковий менеджмент: [підруч.] / Ю. Б. Иванов, А. І. Крисоватий, А. Я. Кізім, В. В. Карпова. – К.: Знання, 2008. – 525 с.
2. Левченко Н. М. Бюджетування податків на під-

приємстві / Н. М. Левченко, Я. В. Книш // [Електронний ресурс]. – Режим доступу: http://www.nbuv.gov.ua/old_jrn/Soc_Gum/Ekpr/2010_35/Zm/22PDF.pdf.

3. Податковий кодекс України зі змінами та доповненнями [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://zakon4.rada.gov.ua/laws/show/2755-17>

4. Поддєрьогін А. М. Корпоративне податкове планування у фінансовому управлінні підприємством / А. М. Поддєрьогін, В. К. Черненко // Фінанси України. – 2011. – № 4. – С. 47-54.

5. Шкроміда Н. Я. Оптимізація податкового навантаження як складова формування податкової політики суб'єкта господарювання в умовах кризових явищ / Н. Я. Шкроміда // Актуальні проблеми розвитку економіки регіону: науковий журнал. – Івано-Франківськ: Вид-во ДВНЗ «Прикарпатський національний університет імені Василя Стефаника», 2018. – Вип. 14. – Т. 2. – С. 179-185.

1. Ivanov, Y.B., Krysovaty, A.I., Kizyma, A.J., and V.V. Karpov. Tax management, Znannya, 2008.

2. Levchenko, N.M., Knysh V.Ya. Taxation of the enterprise, nbuv.gov.ua/old_jrn/Soc_Gum/Ekpr/2010_35/Zm/22PDF.pdf. Accessed 30 Oct. 2018.

3. Tax Code of Ukraine. Verkhovna Rada of Ukraine, zakon4.rada.gov.ua/laws/show/2755-17. Accessed 31 Oct. 2018.

4. Podderyogin, A.M. Corporate Tax Planning in the Financial Management of the Enterprise. *Finances of Ukraine*, vol. 4, pp. 47-54.

5. Shkromyda, N.Ya. Optimization of tax burden as a composition of formation of taxable policy of business entrepreneurs in the conditions of crisis. *Current problems of the region's economy development: scientific journal*. vol. 14, pp. 179-185.

УДК 339.7

Благуи І. І.

ОСОБЛИВОСТІ ФУНКЦІОНУВАННЯ НЕОБАНКІНГУ НА ТЕРИТОРІЇ УКРАЇНИ

У статті досліджено особливості формування необанків в світі та перспективи їх розвитку в Україні. Визначено підходи до сутності поняття необанкінг в структурі банківської системи України. Проведено порівняльну характеристику елементів діяльності необанкінгу в світі та в Україні, яка враховує осо-

бливості та інтереси всіх учасників ринкового процесу.

Ключові слова: необанкінг, "мобільний банк", "віртуальний банк", "інтернет-банк", "цифровий банк".

THE PECULARITIES OF FUNCTIONING OF NEOBANKING SYSTEM IN UKRAINE

Special aspects of the formation of neobanks in the world and their development in Ukraine were investigated in this article. The approaches to the essence of the concept of "neobanking" were defined in the structure of the banking

system of Ukraine. A comparative description of the elements of activity of the neobanks in the world and in Ukraine was carried out, which takes into account the peculiarities and interests of all participants in the market process.

I. Вступ. З огляду на останні події, які відбуваються в банківській сфері світова банківська система переживає непрості часи. Це поки непомітно за обсягами трансакцій і можливо, навіть доходів класичних банківських установ.

Однак існує ряд тенденцій, які наводять на думку, і не викликають сумніву у тому, що вже скоро банкінг зміниться кардинально. Завдяки розвитку технологій, багато фінансових стартапів вже створили серйозну конкуренцію для банків на ринках роздрібних платежів та кредитування.

Також найближчим часом очікується значне збільшення кількості фінтех-проектів, що надають послуги у сфері мікро-інвестування.

Одна з останніх тенденцій у світі фінансових технологій, на яку слід звернути увагу, це поняття "необанк". В силу того, що подібні сервіси тільки починають виникати, їх називають по-різному. Можна зустріти терміни "мобільний банк", "віртуальний банк", "інтернет-банк", "цифровий банк". У світовій практиці також широко використовується поняття "банк-челенджер" (Challenger Bank), що застосовується до всіх банків, що виходять за рамки класичного обслуговування.

Аналіз останніх наукових досліджень.

Серед іноземних авторів, які досліджують проблематику необанкінгу, можна виділити Марк Андерсен, Девід Чаум, Стефан Бренс, Адам Бак, Вей Дай, Нік Сабо, Хел Фінні.

II. Постановка завдання. Метою роботи є огляд існуючих підходів до визначення поняття необанкінгу в світі та в Україні і їх удосконалення.

III. Виклад основного матеріалу дослідження. Історія переходу банківського сервісу у віртуальний простір почалася достатньо давно. Одним з перших необанків вважається британський First Direct, який запустив телефонний банкінг у 1989 р. Банк першим застосував концепцію роботи без відділень, цілодобово обслуговуючи клієнтів за допомогою кол-центру. До травня 1991 р. користувалися послугами банку 100 тис. клієнтів. Сьогодні First Direct є підрозділом HSBC Bank plc.[4]

З розвитком інтернету банківські установи часто прагнули скоротити операційні витрати, пропонуючи клієнтам послуги інтернет-банкінгу. Одночасно з цим з'явилися перші інтернет-банки. У 1998 р. у Великій Британії з'явився інтернет-банк Egg. За допомогою кол-центру та інтернет-порталу клієнти могли ке-

рувати своїми рахунками. Завдяки зручному сервісу незабаром банк мав більше ніж 2 млн клієнтських рахунків. Із середини 2000 років онлайн- і телефонний банкінг стали основою роздрібних банківських послуг. Більшість банків це врахували, включивши такі онлайн-рахунки у свої основні продукти, паралельно змінюючи або скорочуючи мережі своїх відділень.

Однак нова хвиля повнофункціональних необанків захлеснула світовий ринок лише в останні 5 років.[4]

Серед найвідоміших необанків у світі можна назвати такі:

Безперечно, світовий ринок необанків та інших фінтех-компаній, що надають наблизені до необанкінгу сервіси, набагато більший. Станом на початок 2017 р. глобальні звіти налічували понад 70 компаній зі сфери необанкінгу (це лише повністю реалізованих стартапів). Як видно з наведеного вище таблиці, сьогодні найбільш привабливою юрисдикцією для установи необанку є Велика Британія. Цьому сприяє низка причин: лояльне ставлення державного регулятора (FCA), мінімальне оподаткування, доступ до величезної бази інвесторів, величезний ринок персоналу у сфері фінансових технологій, а також можливість для необанку отримати спеціальну ліцензію та не пропонувати свої послуги на базі класичного банку.

Що стосується правового регулювання, то в Європейському просторі основне значення має Директива про надання платіжних послуг (PSD2), яка набула чинності на початку 2016 р. Директива надала гравцям ринку дворічний перехідний період. Вже з початку 2018 р. всі фінансові установи повинні надавати фінансові послуги враховуючи її вимоги [5].

Незважаючи на те, що український ринок банківських послуг не настільки великий, як ринки європейських країн, в нашій країні вже існує безліч фінтех-стартапів, серед яких зустрічаються необанки. Можна дати наступне визначення необанку – це компанія, яка надає банківські послуги і немає прив'язки до фізичних відділень а представлена у вигляді веб-сервісу.

На жаль, повноцінно реалізованим стартапом у сфері необанкінгу сьогодні може похвалитися лише проект Monobank.

Monobank хоча і розроблявся як концепція самостійного продукту, в результаті був запу-

Порівняльна характеристика найвідоміших небанків світу

Параметри	Atom Bank (Велика Британія)	Number26 (Німеччина)	Nemea (Мальта)	Fidor Bank (Німеччина)	Saxo Bank (Данія)
Валюта	Фунти стерлінги	Євро	Євро, долар США, фунт стерлінгів, канадський долар, австралійський долар, шведський франк	Євро	Євро, австралійський долар, канадський долар, датська крона, долар США, гонконгського долар, єна, новозеландський долар, норвезька крона, сингапурський долар, шведська крона, швейцарський франк, фунт стерлінгів
Банківська ліцензія	Наявна	Нема (працює з банком-партнером Wirecard Bank)	Стандартна плюс ліцензія на інвестиційні послуги	Наявна	Для інвестиційної діяльності
Як відкрити рахунок	Завантажити додаток, відсканувати паспорт	Вказати e-mail і країну походження, а потім показати працівникам банку паспорт у відео чаті. Операція займає 8 хвилин	Заповнити анкету на сайті і перерахувати з іншого активного рахунку мінімум 50 євро. Процедура займає 2 години	Вказати e-mail і телефон і підтвердити особистість в найближчому поштовому відділенні	Процедура стандартна – онлайн-заявка, підтвердження особистості (паспорт), і переказ на рахунок необхідної суми. В банку можна відкрити торговий рахунок – мінімальна сума балансу не менше 10 тис. доларів США. Наявний і пробний безплатний варіант
Банківська карта	Поки що нема, планують емісію у майбутньому	Наявна (MasterCard)	Поки що нема, в планах випуск дебетових карт Mastercard	Наявна (MasterCard)	Нема
Обслуговування рахунку	Безкоштовно	Безкоштовне, в тому числі і зняття готівки з мережі магазинів і аптек	Безкоштовно	Безкоштовно	Безкоштовно, наявна комісія по залишку на рахунку
Послуги	Грошові перекази, операції по рахунку, платежі	Грошові перекази, операції по рахунку, платежі овердрафт	Грошові перекази (власна платіжна система Nemea Instant Payment), операції по рахунку, платежі, ощадні та бізнес-рахунки, депозити, в планах кредитування	Смарт-акаунт з 25 функціями, серед яких грошові перекази (в тому числі на смартфон, електронну пошту, Twitter), операції по рахунку, мікrokредити, платежі, ощадні та бізнес-рахунки, кредитування, взаємне кредитування, страхування, біржові операції	Forex, біржові опціони, ф'ючерси, акції, індекси, угоди з валютами і дорогоцінними металами, страхування

* Таблиця розроблена автором на основі [5].

MOBILE BANKING В УКРАЇНІ

Функція: • + наявна; • – відсутня

Параметри	Privat 24	Oschad 24/7	Monobank	Raiffeisen Online
Перекази за номером з телефонної книги	+	+	+	–
Платіж на вільні реквізити	+	+	+	+
Оплата комунальних послуг	+	+	+	+
Шаблони платежів	+	+	–	+
Управління лімітами	+	+	+	+
Прив'язка карток до Apple Pay/Google Pay	+	+	+	–
Зняття готівки без платіжної картки	+	+	–	–
Випуск та перевипуск карток	–	+	+	–
Відкриття депозитів	+	+	+	–
Зміна PIN-коду	+	–	+	–
Випуск віртуальної картки	+	+	–	–
Вхід за допомогою відбитку пальця	+	+	+	+
Блокування та розблокування карток	+	+	+	+/-
Служба підтримки – месенджери/у додатку	+	–	+	+

щений на базі класичного комерційного банку «Універсал Банк». Monobank дає можливість просто та зручно отримати банківську картку з повним доступом за допомогою мобільного додатку. Серед банківських послуг він дає можливість користуватися поточним рахунком, платежами, а також надає невеликий ліміт овердрафту.

Головними перевагами Monobank є простота і зручність використання рахунку – те, що у світовій практиці називається UX (User Experience). В нашому технологічному суспільстві, обділеному вільним часом, лише цей один чинник може відіграти вирішальну роль у популярності продукту.

Плануючи стартап у сфері необанкінгу в Україні, насамперед, необхідно подбати про ліцензії. Основними нормативними актами, що регулюють цю галузь, є Закони України «Про ліцензування певних видів господарської діяльності»[1], «Про фінансові послуги та регулювання ринків фінансових послуг», а також «Про банки та банківську діяльність».

При цьому обсяг і вид необхідних ліцензій буде залежати безпосередньо від обсягу послуг, які передбачається надавати в межах проекту. Можливо, стартап зможе вдовольнитися

ліцензією на надання фінансових кредитів.

Однак повноцінний необанкінг – це не лише кредитування. Як правило, мінімальний пакет послуг подібного стартапу включає поточний клієнтський рахунок та можливість використовувати розміщені на ньому кошти для платежів.

Тут криється перша проблема, оскільки відкриття та ведення поточних рахунків наразі є виключно банківською діяльністю, що передбачено ст. 47 Закону України «Про банки та банківську діяльність». Жодних «обмежених» ліцензій, як у Великій Британії, нашим законодавством не передбачено. Тому проект, що передбачає ведення клієнтських рахунків, можливий лише на базі класичного банку.

Також це стосується випуску платіжної картки. Незважаючи на те, що картка може обслуговуватися різноманітними платіжними системами, її емітентом може бути лише банк, який уклав договір з відповідною платіжною організацією. Це передбачено ст. 14 Закону України «Про платіжні системи та переказ грошей»[2]. Таким чином, реалізація проекту у сфері необанкінгу в Україні повинна передбачати співпрацю з будь-яким діючим комерційним банком.

Однак існує інший шлях – відкриття рахунків та емісія платіжних інструментів за кордоном. Це не завадить вести бізнес та використовувати розрахунки в Україні, однак коштуватиме дорожче для стартапу та передбачатиме плату за обслуговування карткового рахунку вищу, ніж пропонують наші банківські установи.

Для найбільш відчайдушних є третій шлях – створення нового банку в Україні з подальшим отриманням всіх необхідних ліцензій. Цей шлях закриває чимало питань в правовому регулюванні, проте коштує дуже дорого.

Законодавство України не дозволить відпочити новатору та під час клієнтського сервісу.

Інструкція про порядок відкриття, використання і закриття рахунків у національній та іноземній валюті, затверджена Постановою Нацбанку № 492 від 12.11.2003 р.[3], містить достатньо суворі норми ідентифікації та верифікації клієнтів. Зокрема, відкриття поточного рахунку обов'язково припускає пред'явлення паспорта та ідентифікаційного номера банківському працівнику. Це значно звужує можливості відкриття нових рахунків онлайн або з мобільних додатків. Враховуючи, що установи банківських відділень, куди міг би з'явитися клієнт для відкриття рахунку, повністю суперечить ідеї необанкінгу, виходом з цієї ситуації може бути безпосередня явка співробітника необанку до клієнта для проведення ідентифікації. Звичайно, це несе додаткові витрати, які потрібно враховувати у фінансовому плануванні.

Всі зазначені вище вимоги законодавства сьогодні не дозволяють ефективно впроваджу-

вати інновації у сфері банківського обслуговування.

IV. Висновки. У фінансовій системі банки відіграють основну роль. Вони забезпечують грошовий взаємозв'язок всіх економічних суб'єктів, незважаючи на величезну кількість переваг нового сервісу. Якщо врахувати світові тенденції на фінансовому ринку поняття необанкінгу в світі буде стрімко розширюватися, щодо України, то Monobank буде непросто функціонувати в реаліях українського банківського регулювання, зокрема в питаннях щодо відкриття і ведення банківських рахунків.

Намічені тенденції у підходах Нацбанку України та інших регуляторів дають надію очікувати позитивних змін у регулюванні вже найближчим часом. Зокрема, комплексна програма розвитку фінансового сектору України до 2020 р., затверджена НБУ, містить досить прогресивні реформи. Наразі є всі підстави вважати, що ці реформи будуть реалізовані.

Література

1. Закон України “Про ліцензування видів господарської діяльності” зі змінами та доповненнями від 28.09.2017р.
2. Закон України “ Про платіжні системи та переказ грошей ” зі змінами та доповненнями від 15.05.2018р.
3. Офіційний сайт Національної комісії, що здійснює державне регулювання у сфері ринків фінансових послуг. – Електронний ресурс. – [Режим доступу]: www.dfp.gov.ua.
4. Офіційний сайт Wikipedia. – Електронний ресурс. – [Режим доступу]: https://en.wikipedia.org/wiki/Challenger_bank
5. Офіційний сайт Techfoliance EUROPE <https://techfoliance.com/fintech-corner/insights/mapping-the-global-neobank-landscape/>

УДК 657.34

Василюк М. М.

ЯКІСТЬ ПОСЛУГ АУДИТУ У СУЧАСНОМУ БІЗНЕС-СЕРЕДОВИЩІ: УМОВИ ЗАБЕЗПЕЧЕННЯ ТА ВПЛИВ НА СУСПІЛЬНУ ДІЯЛЬНІСТЬ

Досліджено проблемні питання забезпечення якості послуг аудиту, запропоновано напрями трансформації системи контролю якості аудиту в умовах необхідності удосконалення управління якістю аудиторських послуг. Досліджено і обґрунтовано необхідність розробки організаційних засад контролю якості аудиторських послуг, удосконалення систе-

ми контролю якості та механізму його впровадження.

Ключові слова: міжнародні стандарти якості продукції, умови забезпечення якості, ринок аудиторських послуг, оцінка якості аудиту.

QUALITY OF AUDIT SERVICES IN THE MODERN BUSINESS ENVIRONMENT: CONDITIONS OF PROTECTION AND IMPACT ON IT IN PLACE OF PUBLIC ACTIVITY

The problematic issues of ensuring the quality of audit services were investigated, directions of the transformation of the audit quality control system were proposed in the conditions of the need to improve the quality management of audit services. The necessity of developing organizational bases for quality control of audit services, improvement of the quality control system and the mechanism

for their implementation has been explored and substantiated.

Key words: *international standards of quality of production, quality assurance conditions, market of audit services, assessment of audit quality.*

Вступ. У загальному сенсі якість представляє собою відповідність вимогам споживача (сукупність властивостей продукції, що визначають ступінь придатності до використання за призначенням). Якість в сучасній науковій літературі розглядається як філософська та економічна категорія. За міжнародними стандартами в галузі менеджменту якість розглядається як рівень, до якого сукупність притаманних властивостей продукції та послуг задовольняє загальнозрозумілі або обов'язкові сформульовані потреби чи очікування споживачів (стандарт ІСО-8402).

Постановка завдання. Особливої актуальності набуває проблема впровадження систем контролю якості аудиторської діяльності у процесі адаптації законодавства України до норм Європейського Союзу. Зазначимо, що необхідність удосконалення методологічних та організаційних аспектів у сучасних умовах розвитку аудиторської діяльності підвищило інтерес до проблем якості надання аудиторських послуг, правильності ведення аудиторськими фірмами системи контролю якості, однак визначення критеріїв та основні проблеми якості аудиторської діяльності охоплюють значне коло питань, вирішення яких полягає у перевірці старшими аудиторами роботи асистентів аудиторів. Саме тому такі підходи не дають цілісного уявлення про поняття якості аудиту. Кожен із них розкриває його лише частково, опираючись на окремі вимоги до якості аудиту.

Результати. Якість розглядається через певні показники, що продиктовано потребою встановлення максимально можливої кількості корисних для споживачів властивостей продукції, кількісного оцінювання їх рівня, а також потребою порівняння окремих видів продукції між собою.

Міжнародна організація зі стандартизації (International Certification Organization (ISO)) є розробником міжнародних стандартів якості продукції серії ISO 9000. Підготовка проєктів міжнародних стандартів покладалась на технічний комітет ISO/TC 176 «Управління якістю і забезпечення якості». На сьогодні існують наступні міжнародні стандарти щодо регулювання якості продукції, наведені у табл.1. Створення стандартів ISO серії 9000 є наслідком формалізації та узагальнення практичного досвіду, накопиченого за весь період розвитку промисловості у світі та передбачають застосування систем якості у трьох ситуаціях: по-перше, отримання вказівок щодо управління якістю; по-друге, взаємодія між сторонами договору; по-третє, затвердження, сертифікація або реєстрація, що проводить третя незалежна сторона.

Основна ідея забезпечення якості продукції, послуг полягає у встановленні критеріїв якості та контролюванні застосування цих критеріїв на підставі процесного підходу, що передбачає розподіл діяльності суб'єкта господарювання на низку взаємозалежних процесів, які функціонують як цілісна система. При цьому вихідні дані одного процесу є вхідними даними для наступного. Тому процесний підхід полягає в систематичній діяльності із визначення процесів, їхньої послідовності й взаємодії, управління процесами й зв'язками між ними.

Процесний підхід потребує застосування ризик-орієнтованого мислення, яке дає змогу менеджменту визначати чинники, що можуть спричинити відхилення процесів та системи управління якістю від запланованих результатів, щоб встановлювати запобіжні заходи контролю для мінімізації негативних впливів і максимального використання можливостей. Це

неможливо без розуміння бізнес – середовища й визначення зацікавлених сторін та їхніх вимог. Тому, виокремимо елементи системи управління якістю продукції та послуг, що базуються на аналізі стандартів ISO серії 9000:

1. Середовище контролю (менеджменту необхідно визначити процеси, необхідні для системи управління якістю та їх застосування у межах суб'єкта господарювання; визначити послідовність й взаємодію цих процесів, очікуваний результат).

2. Критерії та методи оцінки якості продукції та послуг (визначити та застосовувати критерії та методи, зокрема моніторинг, вимірювання та відповідні показники дієвості, необхідні для забезпечення результативності функціонування та контролювання процесів).

3. Ресурси для створення та функціонування системи управління якістю продукції, послуг (призначити осіб з відповідальністю та повноваженнями щодо цих процесів).

4. Оцінка ризиків щодо функціонування системи управління якістю (розгляд ризиків та можливостей їх усунення; впровадження будь-яких зміни, що необхідні для забезпечення досягнення очікуваних результатів).

5. Моніторинг та поліпшення процесів і системи управління якістю.

Тобто, в економічному розумінні під послугами розуміють функції або операції, на які є попит і, відповідно, ціна, що встановлюється на ринку. Послуги можливо визначити як нематеріальні блага, однією із характерних рис яких є споживання на місці їх надання. Послуги, як правило, не можуть передаватись іншим особам, тобто система перепродажу є достатньо складною і вимагає певних витрат на юридичне та інше обслуговування. Таким чином, затребуваність послуг на ринку забезпечується їх споживчими характеристиками, серед яких провідною є якість.

Аудиторські послуги є складовою сучасного ринку послуг. В цьому аспекті є доречним твердження Оскара Ланге, що послуги представляють собою діяльність, пов'язану безпосередньо або опосередковано із задоволенням людських потреб, але безпосередньо не спрямовані на виробництво яких-небудь предметів [3]. Відомо, що загострення проблем взаємовідносин користувачів інформації та аудиторських фірм зумовлене ситуацією на світовому ринку аудиторських послуг, а діючі форми і методи управління, як на загальнодержавному рівні, так і на рівні такого спе-

цифічного об'єкту управління, як аудиторська фірма, не сприяють створенню дієвої системи підвищення якості аудиторських послуг на вітчизняному ринку, тому можемо справедливо стверджувати, що наведена вище сутність економічної природи якості продукту в цілому, є абсолютною аналогією природи якості аудиторських послуг зокрема.

У 2017 році 944 суб'єкти аудиту уклали 34 428 угод на аудиторські послуги та виконали аудиторські завдання. Це в першу чергу угоди з тими суб'єктами господарювання для яких аудит є обов'язковим. Закон України «Про бухгалтерський облік і фінансову звітність в Україні» розширив перелік таких суб'єктів господарювання, що сприятиме збільшенню аудиторських замовлень, починаючи з 2018 року. Практика свідчить, що категорія якості аудиторських послуг виступає актуальним предметом дослідження сучасної теорії аудиту. Так, Д. В. Єременко наводить трактування змісту категорії якості аудиту, яке ґрунтується на тому, що якісний аудит – це аудит, проведення якого повністю відповідає вимогам стандартів аудиту, бо саме тільки завдяки якості можна забезпечити «...тотожність думки аудитора про достовірність в усіх суттєвих аспектах даних бухгалтерського обліку і показників фінансової звітності та відповідність вимогам законів України, положень (стандартів) бухгалтерського обліку та інших правил (внутрішніх положень) суб'єктів господарювання згідно із вимогам користувачів дійсному рівню їхньої достовірності» [5]. Аналіз статистичних даних 906 аудиторських фірм та 53 аудиторів-підприємців свідчить про збільшення обсягів наданих аудиторських послуг та їх затребуваність. Відповідно до Закону України «Про аудит фінансової звітності та аудиторську діяльність» аудиторські послуги це – аудит, огляд фінансової звітності, консолідованої фінансової звітності, виконання завдань з іншого надання впевненості та інші професійні послуги, що надаються відповідно до Міжнародних стандартів аудиту [6]. Під іншими професійними послугами Міжнародні стандарти аудиту розуміють супутні послуги, що представлені МССП 4400 «Завдання з виконання узгоджених процедур стосовно фінансової інформації» та МССП 4410 «Завдання з компіляції інформації» [7]. Вважаємо, що в цьому контексті переконливим предметом уваги аудитора щодо оцінювання якості, можемо подати наведений розріз етапів аудиту (рис. 1.).

Таблиця 1

Міжнародні стандарти щодо регулювання якості продукції

Номер стандарту	Назва стандарту	Аналог, що діє в Україні	Сутність стандарту
ISO 9000	«Загальний менеджмент якості й стандарти по забезпеченню якості. Провідні вказівки на вибір і застосування»	ДСТУ ISO 9000:2015	Визначає галузь застосування стандарту (зацікавлених осіб, які можуть користуватися стандартом); розкриває основні положення системи контролю якості, заходи щодо побудови системи контролю якості через процесний підхід та методологічні прийоми
ISO 9001	«Система якості. Модель забезпечення якості при проектуванні і/або розробці, монтажі і обслуговуванні»	ДСТУ ISO 9001:2015	Стандарт ISO 9001 є однією з моделей управління діяльністю організації з метою забезпечення її результативності. Застосування підходів ISO 9001 у системі управління підприємством допомагає: – поліпшити її загальну дієвість та забезпечити міцну основу для ініціатив щодо сталого розвитку; – покращити якість продукції та послуг та підвищити рівень задоволення замовників; – стати конкурентоспроможним на внутрішньому та зовнішніх ринках; – реалізовувати продукцію за виготовними цінами; – налагодити співпрацю із закордонними партнерами (зокрема, щодо отримання інвестицій); – отримати переваги перед конкурентами при участі у тендерах; – забезпечити прозорість та легкість управління діяльністю організації; – запровадити механізм постійного покращення системи управління та підвищити ефективність роботи співробітників на всіх рівнях
ISO 9002	«Система якості. Модель забезпечення якості при виробництві і монтажі»	Не діє з 2000 року. Замінено на ДСТУ ISO 9001:2015	
ISO 9003	«Система якості. Модель забезпечення якості при остаточному контролі й випробуваннях»	Не діє з 2000 року. Замінено на ДСТУ ISO 9001:2015	
ISO 9004	«Загальний менеджмент якості й елементи системи якості»	ДСТУ ISO 9004-1-95	Вимоги ISO 9004 рекомендуються як керівництво для суб'єктів господарювання, які бажають перевищити вимоги ISO 9001 з метою вдосконалення та досягнення сталого розвитку. Концепція ISO 9001 спрямована на досягнення поставлених цілей, а виконання положень ISO 9004 забезпечує досягнення поставленої мети з більшою ефективністю

Джерело: узагальнено автором на основі джерел: [2].



Рис. 1. Фрагмент оцінювання якості результатів аудиту за його етапами

Джерело: узагальнено автором на основі джерел: [1, 7, 8].

Необхідно відзначити, що європейські країни застосовують стандарти в основі яких лежать принципи, однак, жодна з країн не застосовує стандарти, в основі яких лежать жорсткі правила. У відповідності до вимог ЄС, до правил професійної етики, на нашу думку, необхідно доповнити наступні положення забезпечення незалежності: аудитор повинен дотримуватись незалежності, як під час аудиту, так і під час надання інших послуг, аудитор повинен передбачати всі можливі загрози втрати незалежності та вживати необхідних заходів щодо зниження її ризику. В Україні значущість професійного судження аудитора відіграє важливішу роль у порівнянні із європейською практикою аудиту, оскільки неоднозначних ситуацій у практиці вітчизняних аудиторів набагато більше, а законодавча база бухгалтерського обліку та оподаткування є надто мінливою. У цій ситуації аудитор зобов'язаний відображати в робочих документах свою позицію з усіх істотних моментів. У свою чергу, якість аудиторських послуг тісно пов'язана із організацією контролю якості роботи аудиторів. Невідповідність форматів українського законодавства та міжнародного ускладнює розуміння основних принципів стандартів. Розмежування обов'язкових вимог і рекомендованих процедур в стандартах аудиторської діяльності дозволить підвищити ефективність їх застосування. Усі відмінні характеристики повинні задовольняти очікувані потреби, і перш за все – у достовірній та повній інформації. Основними споживачами інформації є акціонери, інвестори, кредитори, а основне джерело інформації – це аудитор-

ський висновок. Саме висновок аудитора має відповідати обумовленим (надійність, достовірність) і передбачуваним (прийнятна ціна, наявність додаткової інформації) вимогам [8]. Отже, якість аудиту варто розглядати як сукупність процесів, що здійснюються аудиторами при проведенні перевірки або наданні послуг та забезпечують користувачів своєчасною, достовірною та повною інформацією. Крім цього, стандарти аудиторської діяльності є не тільки основним елементом системи внутрішнього контролю, але й об'єктом зовнішнього контролю якості аудиту.

Висновки. Оцінюючи якість аудиту, вважаємо, що слід виходити з того, що це функція відповідності результатів аудиту інтересам замовників, що залежить від таких чинників, як: зацікавленість користувачів аудиторських звітів, наявність кваліфікованого персоналу, внутрішньофірмових стандартів, системи внутрішнього контролю якості, наявність оцінювачів якості, як внутрішніх у структурі аудиторської фірми, так і зовнішніх, що діють в інтересах регуляторних органів й суспільства загалом.

Таким чином, істотно підвищити якість проведених аудиторських процедур може розробка методики визначення трудомісткості аудиторських завдань, програм та процедур з проведення аудиту підприємств різних галузей та видів діяльності. З метою підвищення ефективності та якості розроблювальних стандартів аудиту в аудиторських організаціях рекомендується створювати колегіальний орган, до компетенції якого буде входити обов'язковий розгляд та прийняття документів.

Література

1. <http://www.certsystems.kiev.ua/uk/iso-9001/sistemi-upravlinnya-yakistyu-za-iso-9001.html>
2. Міжнародна організація зі стандартизації, Женева (Швейцарія) <http://www.iso.org>.) посилання на офіційний сайт
3. Услуги и их социально-экономическая роль / О. Ланге – М.: Прогресс, 1967. –312 с.
4. Про бухгалтерський облік і фінансову звітність в Україні № 2164-VIII від 05.10.2017 р.[Електронний ресурс] // База даних “Законодавство України” / ВР України. – Режим доступу: <http://zakon4.rada.gov.ua/laws/show/996-14>. –Дата звернення: 23.12.2017.
5. Єременко Д. В. Якість аудиторських послуг в Україні / Д. В. Єременко // Облік і фінанси АПК : Міжнародний науково-виробничий журнал. – 2010. – № 2. – С. 94-96.
6. Про аудит фінансової звітності та аудиторську діяльність[Електронний ресурс]: Закон від 21.12.2017 р. № 2258-VIII // Офіційний веб-сайт Аудиторської палати України /АПУ. – Режим доступу: <http://www.apu.com.ua/normativni-akti-shcho-regulyuyut-auditorsku-diyalnist/14-zakoni-ukrajini>
7. Міжнародні стандарти контролю якості, аудиту, огляду, іншого надання впевненості та супутніх послуг: нормативне виробничо-практичне видання (2016 – 2017 роки) // Офіційний веб-сайт Аудиторської палати України /АПУ. – Режим доступу: https://www.apu.net.ua/attachments/article/1151/2017_%D1%87%D0%B0%D1%81%D1%82%D1%8C2.pdf
8. Василюк М. М.Теорія якості в сучасній аудитор-

ській практиці / М. М. Василюк // Науковий вісник Ужгородського університету.-2014.-Вип.№1(42).-С.235-240.

1. <http://www.certsystems.kiev.ua/uk/iso-9001/sistemi-upravlinnya-yakistyu-za-iso-9001.html>
2. International organization from standardization, Geneva(Switzerland) of <http://www.iso.org>.) reference to the official site
3. Services and their socio-economic role / O. Lange – Moscow: Progress, 1967. –312 p.
4. Services and their socio-economic role / O. Lange – Moscow: Progress, 1967. –312 p. <http://zakon4.rada.gov.ua/laws/show/996-14>. – Date appeal: 23.12.2017.
5. Yeremenko D. V. Quality of Audit Services in Ukraine /D. V. Yeremenko // Oblik i finansy APK : Mizhnarodnyy naukovo-vyrobnychyuy zhurnal. – 2010. – № 2. – S. 94-96.
6. About the audit of the financial reporting and public accountant activity[Electronic resource]: Law from 21.12.2017 № 2258 – VIII // the Official web site of the public Accountant chamber of Ukraine /АПУ. it is access Mode: <http://www.apu.com.ua/normativni-akti-shcho-regulyuyut-auditorsku-diyalnist/14-zakoni-ukrajini>
7. International standards of control of quality, audit, review, other grant to the confidence and concomitant services : normative productive- practical edition (2016 – 2017) // is the Official web site of the public Accountant chamber of Ukraine /PU. it is access Mode: https://www.apu.net.ua/attachments/article/1151/2017_%D1%87%D0%B0%D1%81%D1%82%D1%8C2.pdf
8. Vasilyuk M. M. Theory of quality in modern audit practice / M. M. Vasilyuk // Scientific Bulletin of Uzhgorod University. – 2014. – Issue # 1 (42)/ – P. 235-240.

Кохан І. В., Чигура В. С.

МЕТОДИЧНІ АСПЕКТИ УПРАВЛІННЯ РИЗИКАМИ БАНКІВСЬКОГО СПОЖИВЧОГО КРЕДИТУВАННЯ В УКРАЇНІ

У статті досліджено теоретико-методичні засади оцінки ризиків портфеля споживчих позик банківських установ та методів управління ризиками споживчого кредитування в Україні. Проведено аналіз динаміки і структури споживчих позик вітчизняних банків та оцінка ризиків портфеля споживчих позик банку.

Обґрунтовано практичні підходи до використання банківськими установами сек'юритизації споживчих кредитів за традицій-

ною схемою, що дозволить банкам розширити ресурсну базу та здійснити диверсифікацію кредитних ризиків у процесі споживчого кредитування. Запропоновані підходи до формування організаційної структури управління процесом споживчого кредитування в банку.

Ключові слова: *споживче кредитування, кредитний ризик, ринок споживчого кредитування, інноваційна стратегія банків, управління кредитним ризиком, ефективність кредитної діяльності банку.*

Kokhan I. V., Chigura V. S.

METHODICAL ASPECTS OF RISK MANAGEMENT OF BANKING CONSUMER LOAN IN UKRAINE

The article deals with the theoretical and methodological principles of risk assessment of consumer credit lines of banking institutions and

methods of consumer credit risk management in Ukraine. The analysis of dynamics and structure of consumer loans of domestic banks is carried

out and the risk assessment of the bank's consumer loan portfolio is carried out.

Practical approaches to use by banking institutions of securitization of consumer loans under the traditional scheme are substantiated, which will allow banks to expand their resource base and diversify credit risks in the process of consumer lending. The offered approaches to forma-

Вступ. Споживче кредитування посідає важливе місце у соціально-економічному розвитку держави як в Україні так і в світову аспекті в цілому. Активний розвиток різних форм і видів споживчого кредиту показують інтерес щодо нього, як джерелу значних доходів, із сторони банківських установ, а з іншого боку про стабільний попит з боку населення. Проте, надання споживчих кредитів банківськими установами є ризиковим видом діяльності, а більшість ризиків, що пов'язані з даним видом діяльності, очевидно притаманні процесу споживчого кредитування. Відповідно, розвиток споживчого кредитування в перспективі значною мірою залежить від рівня та якості управління ризиками, на які нацелюються банки в процесі здійснення цього виду діяльності та вдосконалення підходів та методів щодо його зниження.

Відповідно, в сучасних умовах, банки більше акцентують увагу на проблемах управління ризиками споживчого кредитування, а саме, кредитними та операційними. Здійснений аналіз досліджень показав, що деякі банки вивчають та аналізують важливість управління ризиками споживчого кредитування для ефективної та прибуткової діяльності власного бізнесу та формують і реалізують чіткі процедури надання кредитів, використовують ефективні інструменти та методи і формують модель управління ризиками з урахуванням міжнародного досвіду. Таким чином, вивчення інструментарію управління ризиками банківського споживчого кредитування, а також формування інституційно-правових засад регулювання ризиків банківського споживчого кредитування є актуальним як з наукової, так і з практичної сторони.

Постановка завдання. Метою статті є аналіз та вдосконалення теоретико-методичних засад управління ризиками банківського споживчого кредитування і розробка на цій основі практичних рекомендацій щодо його вдосконалення в сучасних умовах.

Результати. Споживче кредитування по-

tion of organizational structure of management of process of consumer lending in a bank.

Key words: *consumer lending, credit risk, consumer lending market, innovative strategy of banks, credit risk management, efficiency of lending activity of the bank.*

сідає важливе місце у соціально-економічному розвитку як України, так і більшості розвинутих країн світу. Важливість споживчого кредитування пояснюється прагненням фізичних осіб до підвищення рівня та якості життя, а також активізація споживчого кредитування є економічно доцільною і прибутковою сферою послуг для банківських установ та для стабілізації й соціально-економічного розвитку держави загалом. Проте, незважаючи на фінансово-економічну нестабільність та погіршення макроекономічних показників в Україні, роль споживчого кредитування зростає у макроекономічному аспекті, що збільшує сукупний платоспроможний попит на предмети споживання і послуги і відповідно стимулює розширення обсягів їх виробництва [1, с. 148].

Функції розподілу і перерозподілу, яку реалізовує споживче кредитування, дає змогу вирішити розбіжності між цінами на засоби довготривалого користування й фактичними доходами населення за необхідності реалізації товарів і послуг виробниками. Споживче кредитування дає змогу фізичним особам пришвидшити досягнення споживчих цілей і отримання речей, власниками яких вони можуть стати тільки в майбутньому. Відповідно, виробники товарів і послуг реалізують можливість пришвидшити продаж продукції і завершити цикл кругообіг капіталу. Тому, основне призначення споживчого кредиту полягає у підвищенні якості життєвого рівня населення й прискоренню соціально-економічного розвитку.

Зазначимо, що важливою ознакою споживчого кредиту є його середньостроковий термін погашення, тобто кредит на відпочинок, навчання, лікування, ремонт надають на період 6 місяців – 1,5 років, придбання домашньої побутової техніки – 1,5-2 роки, автомобіля – 3-5 років, а іноді і довший період. Дані види кредитів мають декілька спільних ознак їх надання – мінімальний пакет документів, необхідних для прийняття рішення та висока швидкість надання таких кредитів. Перелік

документів у багатьох банках складається з документу, що посвідчує особу (паспорт, ID-картка) та довідки про присвоєння ідентифікаційного коду, у деяких випадках довідки про доходи або даних про двох поручителів.

Отже, на думку автора, під споживчим кредитом слід розуміти грошові відносини, які виникають між громадянами (фізичними особами резидентами) та банками та небанківськими фінансовими установами, у національній валюті і об'єднує різні види кредитів на придбання споживчих товарів або послуг у тимчасове користування, на умовах забезпечення, строковості, платності та цільової спрямованості.

Отже, формування ризику відбувається у процесі здійснення операцій зі споживчого кредитування. Споживче кредитування є багатогранним комплексним явищем, що призводить до виникнення низки ризиків, які перебувають у кореляційній залежності. Саме тому науковці виділяють комплексні [2, с. 209] ризики, управління якими не може відбуватися шляхом врахування основного з них, потребуючи, натомість, комплексного підходу до управління всіма ризиками, що притаманні окремому виду діяльності (рис. 1).

Для формування системи розуміння ризику споживчого кредитування є визначення понять “кредитний ризик” і “операційний ризик”. У сучасній економічній літературі переважають два підходи до визначення поняття “кредитний ризик”. Відповідно до першого підходу науковці розглядають кредитний ризик як ризик несплати у визначений строк основного боргу і процентів за позиками [4, с. 452–453]. На противагу йому, в межах другого підходу кредитний ризик розглядають як ризик змен-

шення вартості частини активів, представленої сумою виданих кредитів, або ймовірність зниження прибутковості від цієї частини активів значно нижче очікуваного рівня [5, с. 364].

Така розбіжність у визначеннях пояснюється структурою кредитного ризику: необхідним є врахування кредитного ризику як на рівні окремої позики, так і на рівні сукупності цих позик – кредитного портфеля. Відповідно, кредитний ризик як ймовірність реалізації негативного сценарію розвитку кредитних відносин, що полягає у зменшенні вартості або прибутковості частини активів банку через неповне або несвоєчасне виконання позичальником своїх зобов'язань за кредитним договором.

У процесі управління ризиками кредитування в банку важливе місце посідає класифікація кредитів, тобто виокремлення споріднених кредитів за їх природою та інструментарієм управління ризиками. Основними видами банківського кредитування фізичних осіб є надання позики для купівлі житла (іпотека); для купівлі транспортних засобів (автомобільне) та на купівлю товарів тривалого користування (споживче кредитування). На сьогодні найбільш розповсюдженим видом кредитування фізичних осіб є споживче кредитування, яке в своїй сутності має певну ризиковість появи безнадійних кредитів та великої кількості позичальників, що ускладнює процес адміністрування цим видом кредитів. Запропонована класифікація кредитів дозволяє банкам встановлювати процедури видачі різних видів кредитів, застосовувати відповідні інструменти управління ризиками, що притаманні цим кредитам.

Для ефективного розвитку споживчого кредитування потрібно здійснити аналіз сучасно-

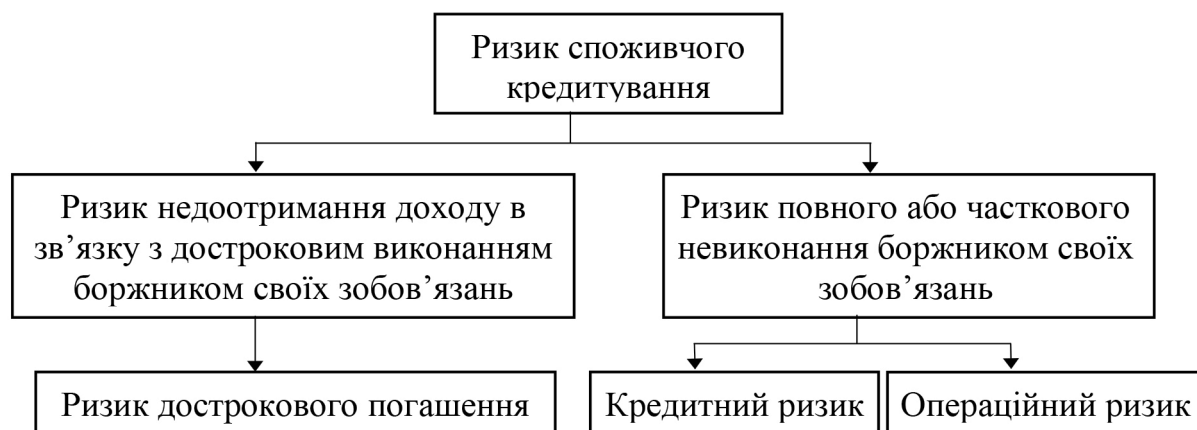


Рис. 1. Ризики банківського споживчого кредитування

Джерело: систематизовано автором на основі [3; с. 41].

го стану кредитних операцій банку, починаючи з визначення позиції, яке займають кредитні операції в загальному обсязі активів банку і розрахунку коефіцієнта питомої ваги кредитів у загальних активах банку [6].

Для розрахунку коефіцієнта питомої ваги кредитів у загальних активах банку використовуються показники кредитних вкладень банків України за період 2013 – 2017 рр., кількості банків та їхніх активів. Коефіцієнт питомої ваги кредитів у загальних активах окремого банку становить 59,88% і показує, що частка кредитних операцій у загальних активах банку складає 59,88% і характеризує кредитну активність банків, а велике значення даного показника може бути індикатором того, що банківські установи надмірно перевантажені позиками (табл. 1).

більшу частку ресурсів у короткострокових активах грошового ринку та в інвестиційних цінних паперах, які, можуть легко конвертуватися в грошові кошти та потім видаватися у формі позик [6].

Оскільки кредитування посідає основне місце в здійснених операціях банків, доцільно проаналізувати динаміку кредитних портфельів та їх структуру і показати на рис. 2 наведено динаміку обсягів кредитних портфельів банків України за 2013–2017 роки.

За результатами проведеного аналізу, в період з 2013–2015 рр. кредитний портфель банків України мав тенденцію до збільшення, а з 2015–2017 рр. прослідковується тенденція до зменшення, що пов'язано із зменшенням кількості діючих банків в Україні. Проте, банківські

Таблиця 1

Питома вага кредитів у загальних активах банку

Дата	Кількість банків, шт	Активи у нац. валюті, тис. грн	Кредити та заборгованість клієнтів, тис. грн
01.01.2013	175	1127179379	694 381 045
01.01.2014	180	1277508651	799 227 946
01.01.2015	158	1316717870	873 610 836
01.01.2016	113	1252570443	713 974 266
01.01.2017	95	1258643603	554 637 262

Джерело: складено автором на основі статистичних даних НБУ [7].

Відповідно, значення даного показника понад 65% є завищеним. В сучасних умовах, ліквідні банки мають нижчий рівень коефіцієнта питомої ваги кредитів у загальних активах, але

ські активи у 2017 році порівняно до 2016 року зросли і свідчить, що на фінансовому ринку залишаються фінансово стабільні банківські установи, які збільшують власні активи та

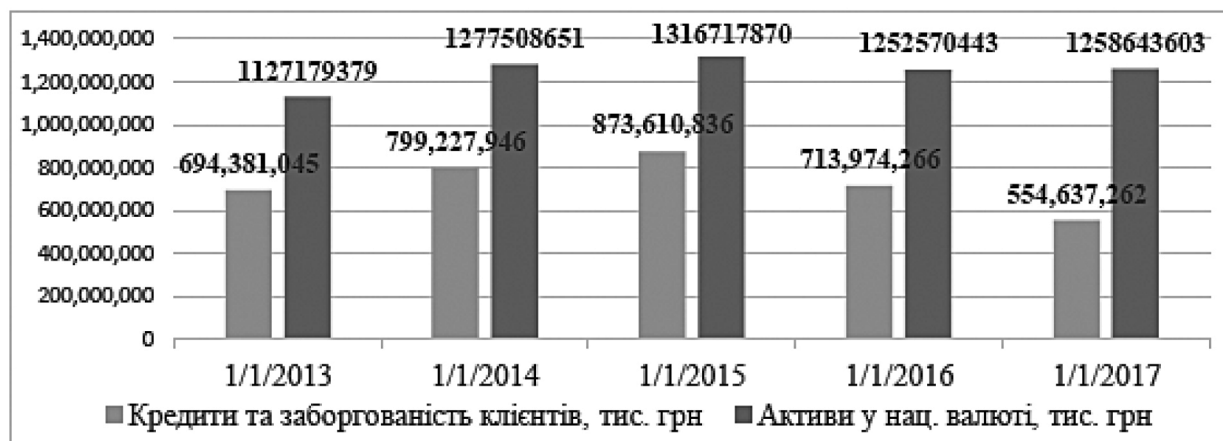


Рис. 2. Кредитний портфель та активи банків України 2013–2017 рр.

Джерело: складено автором на основі статистичних даних НБУ [7].

працюють згідно законодавства, яке є непо-
стійним та формує жорсткі умови функціону-
вання.

В період з 2008–2017 рр. споживче креди-
тування в Україні характеризувалося нерівно-
мірним темпом розвитку (рис. 3).

Таблиця 2

Динаміка показників кредитного портфеля банків України у 2013–2017 рр.

Дата	Кредити та заборгованість клієнтів, тис. грн	Абсолютне відхилення, тис. грн	Темп зростання	Темп приросту
2013	694 381 045	–	–	–
2014	799 227 946	104846901	115,10%	15,10%
2015	873 610 836	74382890	109,31%	9,31%
2016	713 974 266	-159636570	81,73%	-18,27%
2017	554 637 262	-159337004	77,68%	-22,32%

Джерело: складено автором на основі статистичних даних НБУ [7].

У 2014 р. порівняно з 2013 р. відбулося збільшення кредитного портфеля банків України до рівня 115,10% або на 15,10%. У 2015 р. порівняно з 2014 р. також відбулося збільшення – до рівня 109,31% або на 9,31%. Порівняння 2016 р. до 2015 р. динаміка кредитного портфеля банків України становила 81,73%, що показало зменшення на 18,27% або на 159 636 570 тис. грн. Порівняння 2017 р. до 2016 р. динаміка кредитного портфеля банків України становила 77,68%, і показало зменшення на 22,32% або на 159337004 тис. грн. Проте, загалом в період 2013–2017 рр. відбулося зменшення кредитного портфеля банків України на 20,13%, як результат кризових процесів як у міжнародній економіці, так і в Україні загалом та відповідне зменшення кількості банків на 45,71% (80 одиниць) [7].

У 2009–2012 роках кредитування фізичних осіб почало суттєво зменшуватися до 187629 млн. грн. у 2012 році, що пов'язано з початком фінансової кризи, погіршенням рівня платоспроможності населення, зростанням безробіття.

У 2013–2014 роках ринок кредитування фізичних осіб почав поступово відновлюватися. Про це свідчить активізація обсягів кредитування банківськими установами фізичних осіб в 1,1 раза, з 187629 млн. грн. у 2012 році до 211215 млн. грн. у 2014 році. Проте останніми двома роками, у 2015–2016 роках, спостерігалося падіння рівня банківського кредитування фізичних осіб в 1,3 раза, з 211215 млн. грн. у 2014 році до 163333 млн. грн. у 2016 році, що всього на 2947 млн. грн., або на 1,8 %, менше

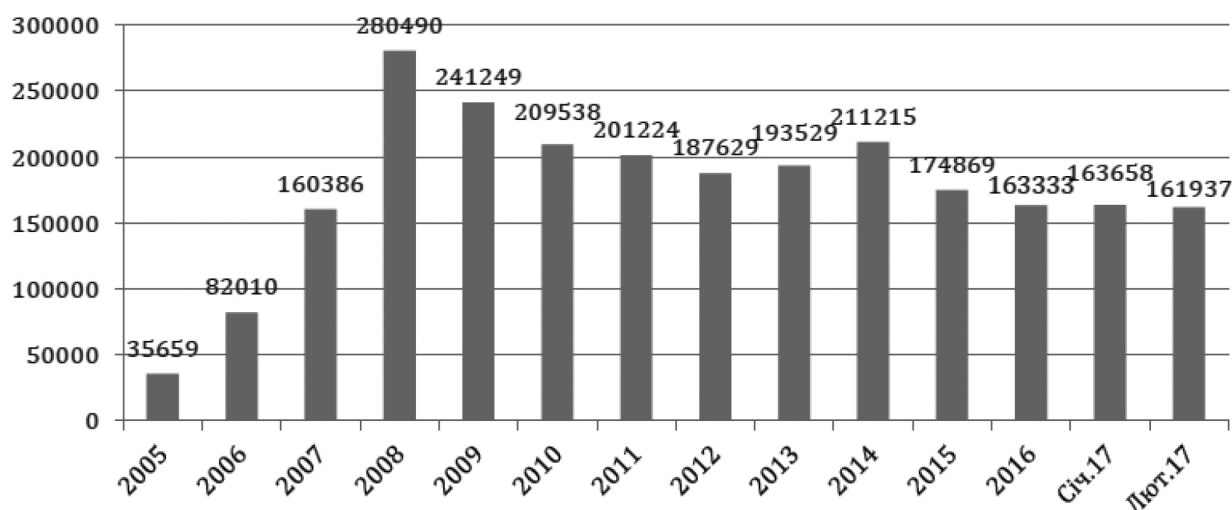


Рис. 3. Динаміка обсягів кредитування фізичних осіб у 2005–2017 рр., млн. грн. [7]

за рівень 2007 року. У січні 2017 року обсяг банківського кредитування фізичних осіб зріс до 163658 млн. грн., а у лютому знизився до 161937 млн. грн. [7].

Проте, ресурсна база українських банків, на даний час, формується в більшій мірі з короткострокових депозитів через ризики, пов'язані з нестабільною фінансово-економічною і політичною ситуацією в країні, а також через низьку довіру населення до банків, тому банківські установи надають перевагу короткостроковим кредитам населенню на споживчі потреби.

На даний час, рівень розвитку інфраструктури споживчого кредитування залишається низьким, недосконалою є система фінансової оцінки (скорингу), що впливає на дохідність кредитних відносин. Саме тому, не об'єктивна оцінка кредитоспроможності клієнтів, може призвести до збитковості банківської діяльності.

Динаміку розвитку споживчого кредитування сповільнює низький рівень доходів населення в Україні. Також, актуальним є питання низького рівня інформаційної обізнаності населення щодо умов кредитування, а також низький рівень кваліфікації персоналу банківських установ, які, не завжди готові надати якісні консультаційні послуги клієнтам.

В Україні регулювання ринку споживчого кредиту відбувається через формальні норми і правила та неформальні вимоги, що формуються державними органами і саморегулюючими організаціями (кредитними установами, банками). На жаль, роль останніх у цьому аспекті сьогодні дуже незначна. Регулятивні та законодавчі повноваження державних органів влади у сфері споживчого кредитування аналогічні повноваженням з регулювання кредитного ринку загалом і включають пруденційне регулювання, захист прав споживачів фінансових послуг, дотримання оптимального балансу конкуренції.

На даному етапі формування сфери кредитування в Україні актуальним є пошук нових підходів та інструментів регулювання кредитного ринку й споживчого кредиту зокрема. Один із таких підходів є розроблення нових і трансформація існуючих стандартів кредитування фізичних осіб [8, с. 48].

Формування банківської сфери, у міжнародному просторі, характеризується тенденцією щодо уніфікації і стандартизації у регулюванні та здійсненні суб'єктами ринку норм та правил міжнародних угод. Міжнародні

стандарты містять у своїй основі більш рекомендаційний характер, проте у міжнародній практиці, їх визнають важливими, а їх наслідування розглядається як позитивне явище та підвищує фінансово-інвестиційний рейтинг як окремих фінансових установ, так і окремої країни в цілому та сприяє інтеграції у світове співтовариство.

У практичній діяльності недостатньо уваги приділяється аналізу і вдосконалення внутрішнім і національним стандартам діяльності фінансових установ, у тому числі банків, так як банки є стандартизовані вимогами, що використовують регулятори і саморегулюючі організації (національні стандарти) та фінансові інститути (внутрішні стандарти). Значення національних стандартів зводиться до об'єднання й уніфікації внутрішніх стандартів окремих інституцій (банків), а також до спільної діяльності національних інститутів, адже саме національні стандарти вивчаються міжнародними організаціями, з яких визначають найбільш досконалі і враховуються у формуванні міжнародних стандартів.

Швидкі зміни зовнішнього середовища діяльності банків, зміна нормативно-правової бази, присутність різних форм конкуренції з іноземними банками спрямовують до необхідності розвитку національних стандартів якості банківської діяльності, в тому числі в сфері кредитування.

Основна логіка використання стандартів у забезпеченні ефективного функціонування кредитного ринку та ринку банківських споживчих кредитів, зокрема, полягає в тому, що певний стандарт (група стандартів) – це вже чіткий, означений параметр контролю (нагляду), є контроль – є основа регулювання, є регулювання – є вплив на сегмент загалом і на окремих його учасників.

Стандарти кредитування у широкому розумінні аналогічні принципам кредитування; у вузькому – це формальні й неформальні правила, яким має відповідати загально визнана найкраща практика організації та здійснення кредитного процесу. Застосування стандартів має бути присутнє процесу кредитування в цілому, тоді їх можна систематизувати відповідно до його етапів. Відповідно, серед стандартів кредитування можна виділяти стандарти інформаційного обслуговування; оцінки кредитоспроможності; оцінки кредитного ризику, що пов'язаний із наданням кредиту; оцінки якості забезпечення кредиту; кредитного до-

говору; процедури видачі кредиту; кредитного моніторингу проблемної заборгованості.

Слід врахувати, що на різних етапах кредитного процесу реалізація окремих стандартів більш чітко виражає інтереси якоїсь однієї зі сторін кредиту – кредитора або позичальника. У більшості випадків інтереси кредитора задовольняються першочергово і превалюють над досягненням цілей позичальника. Важливо врахувати і розробити стандарти кредитування фізичних осіб як окремого виду стандартів якості банківської діяльності в Україні із врахування існуючих тенденцій та деформацій.

Сучасна банківська практика в Україні є такою, що на даному етапі відсутня загальна модель кредитування фізичних осіб, банки мають різний досвід в організації цього процесу та різну якість кредитних послуг, а також значні різниці в розмірах капіталу, розмірах і структурі активів і пасивів, якості ресурсів, особливості кредитної політики, в практику українських банків універсальні стандарти кредитування фізичних осіб слід впроваджувати негайно, тому що вирішення проблеми підвищення стійкості банківської системи України в кризових умовах вимагає розроблення нових методологічних підходів і більш широкого застосування інструментів управління кредитним процесом і саме стандартизація кредитування має стати одним із важливих її компонентів [8, с. 49].

Удосконалення процесу кредитування фізичних осіб можна застосувати як інструмент державного регулювання тільки за виконання відповідних умов:

1. Стандарти кредитування мають бути прийняті й оформлені як нормативно-правовий акт, що закріплює основні положення кредитування й відображає цілі держави, зокрема пруденційне регулювання і захист прав споживачів.

2. Стандарти кредитування мають бути загально визнані в банківському середовищі. На основі приєднання (або ні) окремого банку до цих стандартів кредитування можна створити систему певної добровільної “сертифікації” банків, що може стати основою для диференційованого нагляду за ними [4, с. 286].

Розвиток стандартів кредитування фізичних осіб як засобу регулювання мають визначитися також і сферами регулювання: у сфері пруденційного регулювання, а саме доопрацювання методів оцінки ризиків; у сфері захисту

прав позичальників – вдосконалення нормативно-правових актів із захисту прав споживачів фінансових послуг.

Проблемним місцем практичного втілення стандартів споживчого кредитування фізичних осіб в Україні, а саме щодо реалізації захисту прав споживачів фінансових послуг, можна виокремити два напрями: недостатня фінансова і юридична грамотність громадян, чим часто користуються кредитори при укладанні угод кредитування. Значна частина норм законодавства, які застосовуються для регулювання кредитного ринку і захисту прав споживачів в Україні мають превентивний характер.

Основним є вирішення наступної проблеми, а саме впровадження конкретних штрафних санкцій за порушення банківськими установами встановлених норм щодо прав споживачів фінансових послуг аналогічно пруденційному нагляду.

Отже, постійно зростаюча потреба і роль споживчого кредитування, як в діяльності банківських установ України так і в економіці в цілому, а також його соціальний напрям, який базується на основі узгодженості інтересів кредиторів і позичальників в практичній діяльності потребують додаткового регулювання з боку держави і саморегулюючих організацій.

При сукупності проблем споживчого кредитування та обмеженості ресурсів банків, як одним із методів вирішення може бути впроваджена сек’юритизація споживчих кредитів, яка дозволяє банкам отримати додаткові фінансові ресурси, сприяє наданню кредиторам додаткових гарантій, у тому числі й у вигляді забезпечення. У міжнародній практиці сек’юритизацію визнають надійним методом трансформації низьколіквідних активів у ліквідні фінансові інструменти шляхом випуску облігацій, забезпечених споживчими кредитами, що генерують платежі [3].

Висновки. Отже, надання споживчих кредитів пов’язано з ризиками, більшість із яких об’єктивно притаманні процесу споживчого кредитування, а тому подальший розвиток споживчого кредитування значною мірою залежить від рівня та якості управління ризиками, на які наражаються банки в процесі здійснення цього виду діяльності. Банки все більше уваги приділяють питанням управління ризиками споживчого кредитування, зокрема, кредитними та операційними. Аналіз сучасних процесів управління ризиками споживчого кредитування в банках України свідчить, що

окремі банки почали усвідомлювати їх важливість для розвитку свого бізнесу та розробляють і запроваджують чіткі процедури видачі кредитів, використовують відповідні інструменти і формують системи управління ризиками з урахуванням кращого світового досвіду.

Сучасним підходом до вдосконалення регулювання споживчого кредиту є розроблення нових і вдосконалення наявних механізмів кредитування фізичних осіб. Формування нових підходів споживчого кредитування фізичних осіб в Україні можна розпочати із вдосконалення внутрішніх стандартів кредитування банків, формуючи законодавчі ініціативи з їх розвитку та вдосконалення на державному рівні. Базовим кроком на державному рівні має бути розроблення Концепції розвитку стандартів якості банківської діяльності. В Україні стандарти кредитування, зосереджені на пруденційне регулювання, розвинуті краще порівняно з тими, що спрямовані на захист прав споживачів фінансових послуг та їх формуванню присвячено немало законодавчо-правових документів. Це зумовлено кращим розвитком пруденційного регулювання банківської діяльності в цілому. Суттєвого вдосконалення відповідно до сучасних реалій потребують обидва напрями. Розвиток споживчого кредитування в Україні передбачає використання в практиці українських банків сек'юритизації споживчих кредитів за традиційною схемою, сформовано основні напрями нормативно-правового регулювання процесів боргового фінансування в Україні, розроблено напрями перерозподілу кредитних ризиків у разі здійснення сек'юритизації.

УДК 336.74

РОЗВИТОК ЕЛЕКТРОННИХ ГРОШЕЙ В УМОВАХ ЦИФРОВОЇ ЕКОНОМІКИ

У статті розглянуто сутність електронних грошей та причини їхнього виникнення в умовах цифрової економіки. Визначено переваги та недоліки електронних грошей. Описано діючі в Україні системи платежів за допомогою електронних грошей. Виявлено фактори, що сприятимуть посиленню використання

- Література**
1. *Вовчак О. Д., Антонюк О. І.* Споживче кредитування в Україні: сучасний стан та тенденції розвитку в умовах фінансово-економічної нестабільності. Європейські перспективи. Економіка. 2016. № 2. С. 148–157.
 2. *Лаврушин О. І.* Банковские риски : учебник 3-е изд., перераб. и доп. М. : КНОРУС, 2013. 296 с.
 3. *Шаповал О. А.* Система управління ризиком споживчого кредитування. Фінансово-кредитна діяльність: проблеми теорії та практики. 2013. № 2 (15). С. 40–50.
 4. *Кириченко О. А., Міщенко В. І.* Банківський менеджмент: підручник. Київ: Знання, 2005. 831 с.
 5. *Міщенко В. І., Слав'янська Н. Г., Коренева О. Г.* Банківські операції: підручник 2-ге вид., перероб. і доп. Київ: Знання, 2007. 796 с.
 6. *Мороз А. М., Савлук М. І., Пуховкін М. Ф.* Банківські операції: підручник. Київ: КНЕУ, 2000. 384 с.
 7. Офіційний сайт Національного банку України. URL: <https://bank.gov.ua/control/uk/index>.
 8. *Охрименко І. Б.* Необхідність та напрями удосконалення регулювання споживчого кредиту в Україні. Науковий вісник Ужгородського національного університету. 2017. № 2. С. 46–50.

1. *Vovchak O. D., Antoniuk O. I.* Consumer lending in Ukraine: the current state and development trends in the conditions of financial and economic instability. European perspectives. Economy. 2016. No. 2. P. 148-157.
2. *Lavrushin O. I.* Banking risks: textbook 3rd ed., Pererab. and add M.: KNORUS, 2013. 296 p.
3. *Shapoval O. A.* The system of risk management of consumer lending. Financial and credit activity: problems of theory and practice. 2013. No. 2 (15). P. 40-50.
4. *Kirichenko O. A., Mishchenko V. I.* Banking Management: Textbook. Kyiv: Knowledge, 2005. 831 p.
5. *Mishchenko V.I., Slavyanskaya N.G., Koreneva O.G.* Banking operations: textbook 2nd form., Processing. and add Kyiv: Knowledge, 2007. 796 p.
6. *Moroz A. M., Savluk M. I., Pukhovkin M. F.* Banking operations: a textbook. Kyiv: KNEU, 2000. 384 p.
7. Official site of the National Bank of Ukraine. URL: <https://bank.gov.ua/control/uk/index>.
8. *Okhrimenko I. B.* Need and directions of improvement of regulation of consumer credit in Ukraine. Scientific herald of Uzhgorod National University. 2017. No. 2. P. 46-50.

Костюк Б. А., Савчук О. Я., Придюк О. М.

електронних грошей в українських реаліях. Визначено проблеми та перспективи розвитку електронних грошей в умовах цифрової економіки.

Ключові слова: електронні гроші, цифрова економіка, системи електронних грошей, біткоїн.

DEVELOPMENT OF ELECTRONIC MONEY IN THE CONDITIONS OF THE DIGITAL ECONOMY

The essence of electronic money and the reasons for their occurrence in the digital economy are considered in the paper. The advantages and disadvantages of electronic money are determined. The electronic payment systems operating in Ukraine are described. The factors that contribute to the increase of the use of electronic money

Вступ. Головною особливістю сучасного економічного та соціального розвитку є його глобалізація. В цих умовах змінюються ключові засади економіки: у сфері виробництва, розподілу, обміну та споживання життєвих благ все більше використовуються інформаційні технології; основою новітніх технологій виступають інноваційні розробки, що вимагають нових інвестицій. Все це зводиться до того, що виникають нові види товару: знання, інформація, інтелектуальна власність; нові (електронні) форми грошей. На цій базі створюються засади для виникнення нового різновиду економіки: цифрової, яка може виступити в ролі об'єднуючої ланки всіх перерахованих складових.

Проявом таких змін є поступове перенесення трансакцій в електронний формат, поява нових засобів платежу, новітніх платіжних інструментів і систем. Саме у сфері платіжних і розрахункових систем останнім часом відбувається найшвидше впровадження інновацій, при цьому чимало з них є дискусійними з позиції нормативного регулювання та практичного використання. Зокрема, пильну увагу з боку центральних банків і міжнародних фінансових установ привертає така фінансова інновація, як електронні гроші.

Постановка завдання. Не дивлячись на те, що електронні гроші є порівняно новим платіжним засобом для України, але розрахунки з їх використанням успішно здійснюються багатьма українськими компаніями. Поки що вони є малодослідженим об'єктом для наукової економічної літератури. Актуальність питань, пов'язаних з емісією та поширенням електронних грошей в сучасному світі не викликає сумнівів. Починаючи з кінця ХХ ст., коли почали з'являтися системи електронних грошей у світі, серед вчених-економістів та практиків велась жвава дискусія щодо їх суті, можливос-

in Ukrainian realities are revealed. The problems and prospects of the development of electronic money in the conditions of digital economy are determined.

Key words: *electronic money, digital economy, electronic money systems, bitcoin.*

ті впливу на грошову систему окремих країн та майбутнього замітника готівкових грошей.

Результати. Із технічного погляду електронні гроші – це електронний запис про певний обсяг вартості, який захищений відповідними криптографічними алгоритмами. Відповідно до сучасного стану розвитку інформаційних систем і технологій, електронні гроші можуть функціонувати на основі карток та на програмній основі.

З юридичного погляду електронні гроші є грошовим зобов'язанням емітента, який повинен обміняти їх на традиційні гроші за вимогою пред'явника.

З'явившись нещодавно, системи електронних грошей, що використовують під час розрахунків грошові замітники, найбільш стрімко почали розвиватися на пострадянському просторі.

Електронні гроші є найбільш простою і швидкою формою розрахунку, доступною практично в будь-якій країні світу. Електронні гроші – це грошові зобов'язання емітента в електронному вигляді, які знаходяться на електронному носії у розпорядженні користувача. Такі грошові зобов'язання відповідають трьом критеріям:

– фіксуються і зберігаються на електронному носії;

– випускаються емітентом у разі отримання від інших осіб грошових коштів в обсязі не меншому, ніж емітована грошова вартість;

– приймаються як засіб платежу іншими (крім емітента) організаціями.

Електронні гроші виконують всі класичні функції грошей. У той же час можна говорити про те, що з'являються й нові їх функції. Так, в літературі наводяться нові функції грошей у віртуальній економіці: глобальна (загальна інтегруюча), спекулятивна, соціально-сегментуюча, маскуюча.

Розвиток систем електронних грошей на сучасному етапі еволюції суспільства характеризується поступовим зрушенням сфери використання готівки та паперових платіжних документів, переходом до нових платіжних інструментів і сучасних технологій платежів.

Електронні гроші широко залучаються до обігу і стають важливим інструментом фінансової інфраструктури економічно розвинутих країн.

Незважаючи на те що електронні гроші є порівняно новим платіжним засобом для України, розрахунки з їх використанням успішно здійснюються багатьма українськими компаніями. Вони є популярним, доступним і зручним засобом платежу. Управляти грошима у своєму гаманці користувач може за допомогою Інтернету або мобільного телефону. Важливість електронних грошей із точки зору монетарної політики держави впливає з того, що вони є заміником банкнот і монет, тобто деякі види електронних грошей можуть стати привабливою альтернативою розміщення короткострокових депозитів.

В Україні згідно з п. 15.1, ст. 15 ЗУ «Про платіжні системи та переказ коштів в Україні», електронні гроші визначені як одиниці вартості, які зберігаються на електронному пристрої, приймаються як засіб платежу іншими особами, ніж особа, яка їх випускає, і є грошовим зобов'язанням цієї особи, що виконується у готівковій або безготівковій формі [1].

Переваги електронних грошей полягають в наступному:

- вони скорочують час проходження чека, зменшують тим самим транзакційні витрати бізнесу;
- скорочують паперовий обіг і потоки паперових грошей;
- вирішують проблему довіри та інформаційних витрат між покупцем і продавцем;
- поширюють угоди по всьому світу, гроші стають дійсно світовими грошима.

Випуск електронних грошей в Україні мають право здійснювати лише банки. Нині 17 банків мають право здійснювати емісію електронних грошей, які функціонують у межах Національної системи масових електронних платежів НСМЕП), Visa International та «Глобал Мані».

Також створено дві системи електронних грошей у банківських установах: «Максі» у ПАТ «Альфа-Банк» та «Мані Іксвай» (MoneXy) в ПАТ «ФІДОБАНК».

Для зручності класифікацію систем електронних розрахунків, що працюють на українському ринку, доцільно поділити на дві підгрупи:

– системи електронних розрахунків, що емітують електронні гроші тільки в національній валюті (гривні) або «гривневі» системи (W1, MAXI, WebMoney, Global Money, НСМЕП, MoneXy, LiqPay);

– системи, що зареєстровані в інших юрисдикціях, або «негривневі», проте надають послуги українським споживачам («Яндекс. Деньги», QIWI, WebMoney Transfer, PayPal).

В Україні електронні гроші на смарткартах представлені, зокрема, неперсоніфікованими електронними гаманцями НСМЕП.

Емісія електронних грошей, які зберігаються в пам'яті комп'ютерів, здійснюється за технологіями PayCash і WebMoney Transfer.

Технологія WebMoney Transfer створена для забезпечення користувачів універсальним засобом розрахунків за товари та послуги, які пропонуються в мережі Інтернет. На сьогодні це найбільш розвинена система електронних грошей, за допомогою якої користувачі Інтернет і власники мобільних телефонів можуть здійснювати захищені безвідзивні платежі та перекази в реальному часі в електронних грошах, номінованих у шести видах валюти, а також золоті.

Технологія PayCash дає користувачам змогу здійснювати транзакції між собою, а також анонімно, швидко і надійно оплачувати різні послуги, а також купувати товари. На сьогоднішній день в мережі Internet існує декілька десятків платіжних систем. Серед найбільш популярних систем виділяють: E-Gold, PayPal, PayCash, WebMoney Transfer, CyberPlat, Privat24 та ін. [2, с. 704].

В Україні ринок електронних грошей регульований достатньо слабо. Їх випуск та використання регулюється Законом України про платіжні системи та переказ коштів, але його норм замало для повноцінної співпраці держави та ринку. Це призводить до хаотичних рішень і відповідних наслідків. Наприклад, безумовно правильним рішенням з боку української влади було застосування санкцій до компаній, пов'язаних із Російської Федерацією. До цього переліку потрапила і платіжна система WebMoney.

Нині найвищий рівень інноваційної новизни мають електронні гроші – біткоїн (Bitcoin, BTC), які отримали назву «крипто валюта»

або «віртуальна валюта», зокрема в офіційних звітах Світового банку та Європейського центрального банку (ЄЦБ). Поширеною також є неофіційна їх назва – «інтернет-валюта». До цієї категорії разом із біткоїном також належать її похідні або альтернативи – лайткоїн (Litecoin), піркоїн (Peercoin), неймкоїн (Namecoin), ЕксЕрПі (XRP, система Ріпплз – Ripples).

Біткоїни діляться на дробові частини, мінімальна з яких складає 0,00000001 біткоїна. Мінімальну одиницю біткоїн часто називають Сатоші – на честь засновника цієї криптовалюти. Таким чином, 1 біткоїн = 100 млн Сатоші.

У 2011 році американська компанія випустила готівкові біткоїни у вигляді монет декількох номіналів і позолочених злитків, які стали предметом колекціонування і сьогодні мають велику інвестиційну цінність.

Мережа біткоїн заснована на «блокчейн» (ланцюжку блоків) і є публічним реєстром, який зберігає дані про всі транзакції системи. Дані транзакції захищені електронними підписами користувачів – учасників мережі, які видобувають біткоїни чи проводять з ними будь-які операції. Зовнішньо система працює аналогічно будь-якій електронній платіжній системі, наприклад, Webmoney. Проте серед недоліків криптовалюти можна назвати те, що у випадку втрати пароля або доступу до електронного гаманця наявна криптовалюта буде повністю втрачена.

Однак головна особливість біткоїнів зовсім не в шифруванні, а у відсутності центру управління грошовим обігом – такого раніше ніколи не було. У звичних грошей завжди є центр емісії (держава чи фінансова організація), який їх випускає і контролює, а також гарантує прийом в якості платіжного засобу. Біткоїнам не потрібен центр управління, а емісію, перевірку справжності та проведення платежів виконують в розподіленому глобальному режимі комп'ютери користувачів.

В даний час в таких країнах, як США і Канада та багатьох інших раїнах, з'являються магазини, які готові брати участь у ролі платежів біткоїни, незважаючи на різні ризики.

У той же час у Багладеш, Болівії, Китаї, Екваторі, Ісландії, Індії, Росії, Швеції, Таїланді, В'єтнамі обіг біткоїнів заборонений.

Національний банк України також розглядає «віртуальну валюту/криптовалюту» Bitcoin як грошовий сурогат, який не має забезпечення реальної вартістю і який не може

використовуватися фізичними та юридичними особами на території України як засіб платежу, оскільки це суперечить нормам українського законодавства.

Та незважаючи на це українські ІТ-фахівці продовжують інвестувати в дану валюту, в результаті чого Україна сьогодні займає 5 місце за кількістю користувачів біткоїн-гаманцями серед різних країн світу. Попри ризики з біткоїном як зі зручною формою конвертування працюють Приватбанк, Ощадбанк, Альфа банк, Сбербанк Росії, ПУМБ, Креді Агріколь, Фідобанк [4, с. 56].

Україна випустила власну криптовалюту під назвою Karbowanec. Вона була запущена 30 травня 2016 року та демонструє доволі непогані результати. Ще в березні 2017 року за один Karbowanec давали 40 копійок. За рік вартість Karbowanec зросла приблизно в 67 разів. За сталого розвитку, вже наприкінці року перша українська криптовалюта може сягнути позначки в 100 доларів [5, с. 49].

Дослідження говорять про те, що в Україні стрімко зростає використання електронних грошей, але до рівня європейських країн ще далеко. Це пов'язано з тим, що в Україні немає належного правового регулювання щодо легалізації таких електронних систем. Перспектива розвитку електронних грошей в Україні є складною справою, оскільки цей засіб платежу сьогодні ще не має правового підґрунтя для свого існування та пов'язаний з великою кількістю питань із боку користувачів [3].

Ринок електронних грошей в Україні характеризується нерівномірністю поширення. Пропозиція електронних грошей залежить від багатьох факторів, які можуть стримувати їх розвиток: стимулів для споживачів, торговців, емітентів та посередників при їх використанні. Так, легкість використання пристроїв, на яких зберігаються електронні гроші, конфіденційність та безпека розрахунків будуть позитивно впливати на прагнення споживачів використовувати електронні гроші. Але головним фактором виступає готовність населення прийняти нові технології.

Очевидно, що важливою стримуючою причиною використання електронних грошей, в Україні, є вкорінена звичка до використання готівки у роздрібних платежах. Щоб почати їх використовувати у більшій мірі, людям необхідно мати більше впевненості та довіри до інноваційних платіжних засобів [6, с. 795].

Разом з цим очевидно, що електронні гроші, з'явившись на ринку, вже не здадуть своїх

позицій і, долаючи перешкоди, утвердяться на ньому назавжди. Результатом буде лібералізація діяльності чинної банківської системи та розвиток державно-правових умов для діяльності систем електронних грошей.

Висновки. Поява і поширення електронних грошей у певному розумінні – це нова ера їх еволюції, коли інформація перетворюється у субстанційну основу сучасної економічної реальності. Відповідно банківські технології стають потужною інформаційною системою, що органічно вписується в нову економічну реальність, яку сьогодні все частіше характеризують, як «цифрову економіку». Електронні гроші є дуже зручним засобом для здійснення миттєвих платежів, у тому числі мікроплатежів, які можуть становити лише кілька гривень. Електронні гроші значно полегшують життя, оскільки з їх допомогою можна здійснювати миттєві перекази грошей на будь-який рахунок і легко простежити за своїм фінансовим станом і кількістю заощаджень, які залишилися на рахунку.

У нашій країні електронні гроші займають особливе положення, оскільки на даний момент у нас дуже низький рівень персональних банківських послуг, і електронні гроші є єдиним поширеним способом безготівкових розрахунків для дуже великої кількості людей.

Отже, для подальшого успішного розвитку електронних грошей в Україні важливим є застосування виваженої правової регламентації, спрямованої, з одного боку, на підтримку їхнього розвитку, а з іншого – на запобігання їх використанню з метою ухилення від оподаткування та контролю.

Література

1. Про платіжні системи та переказ коштів в Україні: Закон України від 05.04.2001 р. № 2346-III // Офіційний

сайт Верхов. Ради України. URL: <http://zakon.rada.gov.ua/laws/show/2346-14> (дата звернення: 15.11.2018).

2. Батракова Т. І., Грінченко А. Ю. Проблеми та перспективи розвитку електронних грошей в Україні. Економіка та суспільство. 2016. Випуск № 7. – С. 702-706.

3. Електронні гроші збільшили свою популярність. URL: <http://vcourse.ua/ua/business/elektronnye-dengi-v-ukraine.html> (дата звернення: 15.11.2018).

4. Желюк Т. Використання криптовалюти на ринку платежів: нові можливості для національних економік. Фінанси і кредит. 2016. № 3. С. 50-60.

5. Лаговська Д. О. Перспективи легалізації криптовалюти в Україні. Нові форми грошей та фінансових активів: становлення, перспективи, ризики: тези I Міжнар. наук.-практ. конф. (29 листопада 2017 р.). К.: КНЕУ. 2018. С. 47-50.

6. Ярош В. І., Романовська Ю. А. Електронні гроші: переваги та недоліки. Молодий вчений. 2017. № 5 (45). С. 793-796.

1. Pro platizhni systemy ta perekaz koshtiv v Ukraini: Zakon Ukrainy vid 05.04.2001 r. № 2346-III. Ofitsiyni sait Verkhov. Rady Ukrainy. Retrieved from <http://zakon.rada.gov.ua/laws/show/2346-14> (access date November 15, 2018)

2. Batrakova, T.I., Hrinchenko, A.Yu. (2016). Problemy ta perspektyvy rozvytku elektronnykh hroshei v Ukraini [Problems and prospects of electronic money development in Ukraine]. Ekonomika ta suspilstvo [Economics and Society], 7, 702-706.

3. Electronic money has increased its popularity, available at: <http://vcourse.ua/ua/business/elektronnye-dengi-v-ukraine.html> (access date November 15, 2018)

4. Zheliuk, T. (2016). Vykorystannia kryptovaliuty na rynku platezhiv: novi mozhlyvosti dlia natsionalnykh ekonomik [Use of cryptology in the payment market: new opportunities for national economies]. Finansy i kredyt [Finance and Credit], 3, 50-60.

5. Lahovska, D. O. (2018). Perspektivy lehalizatsii kryptovaliuty v Ukraini [Prospects for the legalization of cryptology in Ukraine]. Novi formy hroshei ta finansovykh aktyviv: stanovlennia, perspektyvy, ryzyky: tezy I Mizhnar. nauk.-prakt. konf. K.: KNEU, 47-50.

6. Yarosh, V. I., Romanovska, Yu.A. (2017). Elektronni hroshti: perevahy ta nedoliky [Electronic money: advantages and disadvantages]. Molodyi vchenyi [Young scientist], 5 (45), 793-796.

УДК 336.226.321.2:336.263

Баланюк І. Ф., Димид Л. В., Гошовська І. І., Шеленко Д. І.

ОСОБЛИВОСТІ ВЕДЕННЯ ОБЛІКУ ТА СПЛАТИ ПОДАТКІВ І ШТРАФІВ У ФІЗИЧНИХ ОСІБ ПІДПРИЄМЦІВ

У статті досліджено доцільність реєстрації ФОП, особливості роботи по схемі єдиного податку та основні моменти в оподаткуванні ФОП та сплаті недоїмок, штрафів та пені.

Ключові слова: малий бізнес, ФОП, бізнес-інструменти, організація обліку, єдиний податок, ЄСВ, штрафи, пеня.

Balaniuk I. F., Dimid L. V., Goshovska I. I., Shelenko D. I.

FEATURES OF ACCOUNTING AND PAYMENT OF PAYMENTS AND PENSIONS IN PHYSICAL PERSONS OF ENTERPRISES

The article examines the expediency of registration of the FOP, the peculiarities of work under the scheme of the single tax and the main points in the taxation of FOP and payment of arrears, fines and penalties.

Key words: small business, financial enterprise, business tools, accounting organization, single tax, ESV, fines, penalties.

Актуальність проблеми. У сучасних умовах господарювання бажана перспектива відкриття власного бізнесу, заснованого на реєстрації фізичної особи підприємця (ФОП) часто стикається з часом непереборними труднощами і реаліями сьогодення вітчизняного бізнесу. Щоб допомогти розібратися в законодавчих актах, нормативних документах та вимогах щодо комерсантів, перерахуємо основні плюси доступні бізнесменам на етапі становлення створеного підприємства, і “підводні камені”, що зустрічаються на шляху до фінансово забезпеченого майбутнього. Це допоможе уникнути серйозних проблем і певних витрат, пов’язаних з виплатою штрафів за несвоєчасну здачу бухгалтерської звітності або невірний розрахунок податків.

Постановка мети. Метою статті є дослідження питання доцільності реєстрації фізособи-підприємця і принципи оподаткування доходу, що отримує ФОП та спрощення їхньої роботи під час заповнення регулярних звітів та своєчасної сплати податків.

Результати. Фізична особа підприємець (ФОП) – фізична особа, яка реалізує свою здатність до праці шляхом самостійної, на власний ризик діяльності з метою отримання прибутку. Згідно підпункту 2 пункту 2 статті 55 Господарського кодексу України, визначено, що суб’єктами господарювання – є громадяни України, іноземці та особи без громадян-

ства, які здійснюють господарську діяльність та зареєстровані відповідно до закону як підприємці [1].

В Цивільному кодексі України, в пункті 1 статті 50 передбачено, що право на здійснення підприємницької діяльності, яку не заборонено законом, має фізична особа з повною цивільною дієздатністю [2].

Повна цивільна дієздатність настає по досягненню фізичною особою 18 річного віку (повноліття). З кожним роком в Україні створюються умови для спрощення ведення, реєстрації та внесення змін відомостей до Єдиного державного реєстру підприємств, організацій, установ, (ЄДРПОУ) юридичних осіб та фізичних – осіб підприємців.

17 грудня 2012 року набрав чинності Закон України № 4839-VI “Про внесення змін до деяких законів України щодо взяття на облік юридичних осіб та фізичних осіб – підприємців” (далі – Закон № 4839-VI), яким внесено зміни до Законів України “Про державну реєстрацію юридичних осіб та фізичних осіб – підприємців” та “Про збір та облік єдиного внеску на загальнообов’язкове державне соціальне страхування” [3; 4].

Основною метою зазначеного Закону є завершення принципу “єдиного вікна” при здійсненні державної реєстрації суб’єктів господарювання та взяття їх на облік у органах державної статистики, державної податкової

служби та Пенсійного фонду України шляхом запровадження єдиного документу, а саме: виписки з Єдиного державного реєстру юридичних осіб та фізичних осіб – підприємців.

Таким чином, виписка з Єдиного державного реєстру юридичних осіб та фізичних осіб – підприємців, видається юридичній особі або фізичній особі – підприємцю державним реєстратором юридичних осіб та фізичних осіб – підприємців у порядку, встановленому Законом України “Про державну реєстрацію юридичних осіб та фізичних осіб – підприємців”. Вона використовується для їх ідентифікації під час провадження господарської діяльності та відкриття рахунку в банку. Переваги реєстрації ФОП заключаються в тому, що існує можливість реєстрації за місцем проживання (не треба юрособи); для ФОП можна не створювати розрахунковий рахунок в банку; відсутність повноцінного бухгалтерського обліку (тільки спрощений облік доходів і витрат або облік тільки доходів в залежності від системи оподаткування ФОП); можливість перебувати на більш легких групах (1-3) єдиного податку (ЄП) (спрощена система оподаткування); проста й дешева процедура закриття бізнесу; можна взагалі не наймати працівників; менша кількість звітності – відсутність складання балансу, звіту про фінансові результати, статистичної звітності, більш проста податкова звітність; легше розібратися у веденні обліку та здійснювати його самостійно без послуг бухгалтера.

Податкове законодавство України пропонує фізичним особам-підприємцям загальну систему оподаткування та наступні спрощені податкові моделі для підприємців:

1 група – ФОП, які здійснюють виключно торгівлю на ринках або надають побутові послуги населенню. Праця найманих працівників не використовується. Обсяг річного доходу – не перевищує 300 тисяч гривень;

2 група – ФОП, які надають послуги по виробництву та продажу товарів, здійснюють діяльність у сфері ресторанного господарства і можуть співпрацювати з платниками єдиного податку або населенням. Кількість найманих працівників – до 10 осіб, обсяг річного доходу – до 1,5 млн. гривень;

3 група – ФОП та юридичні особи, які мають дохід до 5 млн. гривень. Кількість найманих працівників не обмежена;

4 група – сільськогосподарські товаровиробники, у яких частка сільськогосподар-

ського товарного виробництва за попередній податковий рік дорівнює чи перевищує 75 %. Кількість найманих працівників не обмежена [5].

Важливим моментом при підрахунку кількості найманих працівників є те, що згідно з пп. 291.4.1 ПКУ, не враховуються наймані працівники, які перебувають у відпустці у зв'язку з вагітністю і пологами та у відпустці по догляду за дитиною до досягнення нею передбаченого законодавством віку, а також працівники, призвані на військову службу під час мобілізації, на особливий період.

Оподаткування ФОП відбувається наступним чином:

Для ФОП 1 групи – ставка єдиного податку (ЄП) – до 10 % прожиткового мінімуму, що становить 176,20 грн в 2018 році та ЄСВ – 22 % бази нарахування з 01 січня 2018 року = $3723 \times 0,5 = 1861,5 \times 0,22 = 409,53$ грн.

Для ФОП 1, 2, 3 групи, які знаходяться на спрощеній системі оподаткування, розрахунок ЄСВ здійснюється, виходячи із мінімального страхового внеску, який визначається із мінімальної заробітної плати.

Для ФОП 2 групи – ставка єдиного податку – до 20 % мінімальної заробітної плати 744,60 грн. та ЄСВ – 22 % бази нарахування тобто з 01 січня по грудень 2018 року = $3723 \times 0,22 = 819,06$ грн.

Треба зауважити, що це максимальна ставка ЄП для 1 та 2 груп, а реальну для кожної адміністративно-територіальної одиниці мають встановлювати органи місцевого самоврядування.

Для ФОП 3 групи – ставка єдиного податку – 3 % з доходу – якщо ФОП є платником ПДВ та 5 % з доходу – якщо ФОП не є платником ПДВ. ЄСВ – 22 % від МЗП тобто $3723 \times 0,22 = 819,06$ грн.

4 група – 0,16 – 5,4 % нормативно грошової оцінки 1 га землі, в залежності від виду земель.

Платники єдиного податку, що є фізособами, сплачують ЄСВ як “за себе”, так і за найманих працівників.

Ставка єдиного соціального внеску сплачується ФОП незалежно від того чи отримано ним дохід (прибуток) у звітному році або окремому місяці звітного року. Такі зміни були внесені до абзац 2 п. 2 статті 7 Закону України “Про збір та облік єдиного внеску на загальнообов’язкове державне соціальне страхування” і набули чинності із 01.01.2017 р.

Важливим при сплаті податків є те, що ФОП які є пенсіонерами за віком та інвалід-

ності не платять ЄСВ за себе згідно статті 26 Закону України “Про загальнообов’язкове державне пенсійне страхування”. Однією із особливостей роботи ФОПів є можливість отримати штраф за несвоєчасну сплату ЄСВ який зростає до великих розмірів так, як за кожний день заборгованості нараховується пеня в розмірі 0,1 % суми недоїмки та сам штраф в розмірі 20 % від суми своєчасно несплачених сум.

Крім того за донарахування ЄСВ виставляють ще штраф в розмірі 10 % від суми за кожний звітний період навіть не повний [6].

Бувають випадки коли інспектор перерахований вами борг по ЄСВ направляє не на погашення недоїмки, а зараховує на погашення штрафу і тоді знову виникає недоплата ЄСВ і як результат черговий штраф.

Виникає це незаконно і захистити себе ФОП може посилаючись на постанову в ухвалі від 21.07.2016 р. № К/800/9365/1.

Щоб уникнути проблем краще заборгованість по ЄСВ оплатити в більшому розмірі. Наприклад, якщо заборгованість за III квартал 2018 року ФОП на 3 групі виявлена 29 листопада (а термін сплати по ній був 20 жовтня 2018 р.) становить 819,06 грн * 3 міс = 2457,18 грн, то штраф становитиме: 2457,18 * 20% = 491,44 грн; пеня становитиме (2457,18 * 0,1 %) * 34 дні = 83,55 грн. Отже ФОП необхідно перерахувати: 2457,18 + 491,44 + 83,55 = 3032,17 грн.

При цьому важливий момент: цю суму необхідно сплатити 29.11.18 р. інакше треба додатково донарахувати пеню!

Якщо ви помилково зарахували платіж по ЄСВ на інший рахунок (наприклад ЄСВ “за себе” перерахували на рахунок ЄСВ “за найманих”) ніхто уваги на це звертати не буде. Штраф, пеню і недоїмку сплатити потрібно. А щодо переплати, то “премія” чи “дивіденди” тобі не належать. Ось така несправедливість.

Але й це ще не все. Існує ще й адміністративна відповідальність за несплату внеску. Згідно ст. 165-1 Кодексу України про адміністративні правопорушення: до 5100 грн. недоїмки – штраф на посадових осіб підприємств, установ і організацій незалежно від форми власності, ФОП або особу, яка забезпечує себе роботою самостійно, від 40 до 80 неоподатковуваних мінімумів доходів громадян (680-1360 грн.). Ті самі дії, вчинені особою повторно протягом року – штраф від 150 до 300 неоподатковуваних мінімумів доходів громадян (2550-5100 грн.); від 5100 грн. недоїмки – штраф на посадових осіб підприємств, установ

і організацій незалежно від форми власності, ФОП або особу, яка забезпечує себе роботою самостійно, від 80 до 120 неоподатковуваних мінімумів доходів громадян (1360-2040 грн.).

Єдиний внесок підлягає сплаті незалежно від фінансового стану платника. Розстрочення та відстрочення заборгованості зі сплати ЄСВ не передбачено.

Важливо є ще й те, що термін давності по нарахуванню і стягненню суми недоїмки, штрафу та пені по ЄСВ не застосовується. Це означає, що нараховувати такі штрафи можна заднім числом без будь-яких часових обмежень.

Ще один важливий податок який нараховують і сплачують ФОПи – єдиний податок (ЄП). Тут також існують свої правила. Невчасна сплата ЄП платниками 1 та 2 груп тягне за собою штраф у розмірі 50 % від ставки єдиного податку. Несплата ЄП протягом двох кварталів поспіль – позбавлення права працювати на єдиному податку.

Несплата єдиного податку платниками 3 групи в установленій термін, погодженого в декларації платника єдиного податку при затримці до 30-ти днів включно, наступних за останнім днем терміну сплати податку тягне за собою штраф у розмірі 10 % несплаченої суми податкового зобов’язання.

Якщо ж термін просрочки оплати складе поверх 30-ти днів, то штраф складе 20 % від задекларованої суми доходу [7].

Проте існують і деякі позитивні новини для ФОПів. Всі надлишково сплачені суми, крім ЄСВ повинні їм повертатися. Підставою для такого повернення є заява платника податків протягом трьох років після оплати.

Контролюючий орган не пізніше 5 робочих днів до закінчення 20 денного терміну з дня подачі такої заяви готує висновок про повернення коштів з бюджету і подає його для виконання в Держказначейство, в якого є ще 5 днів на повернення грошей. Теоретично існує три способи повернення коштів: на поточний банківський рахунок, готівкою або зарахувати на рахунки інших поточних зобов’язань.

На цей час відмінено акти звірки, тому при закритті ФОП бажано зробити скріншот розрахунків з бюджетом в особистому кабінеті платника податків. Це допоможе на випадок проблеми доказати що ФОП не мав штрафів і пені.

ФОПи мають можливість брати відпустку на один календарний місяць в рік, а також

лікарняний, під час якого єдиний податок не сплачується, а ЄСВ залишається обов'язковим до оплати. Проте це стосується тільки 1 та 2 груп, які не мають найманих працівників. Третя група не має такої можливості, так як її податки на пряму залежать від доходів. Немає доходів – сплачувати ЄП непотрібно.

І ще одна особливість: лікарняні можна отримати якщо термін хвороби не перевищує 30 календарних днів. У всіх інших випадках – це неможливо. Для того щоб отримати звільнення від сплати податків на час хвороби необхідно звернутися в податкову за місцем реєстрації із заявою та копією лікарняного. Аналогічні дії і при отриманні відпустки. Тільки із заявою потрібно звертатися за місяць наперед.

До особливостей можна віднести те, якщо ФОП принесе державному реєстратору заяву про припинення діяльності, то оподаткування припиняється і податкові перевірки не проводяться. А головне – це дає можливість відновити свою діяльність через держреєстратора в будь-який момент.

Висновки. Реєстрація ФОП забезпечує серйозні переваги в ході перспективи започаткування своєї справи без подачі Статуту, штампа, печатки, а також звільнення від сплати майнового податку, незалежному розподілі одержаних доходів, роботі за схемою єдиного податку. Основним недоліком є те, що ФОП несе відповідальність усім своїм майном, не можуть зараховувати понесені раніше збитки для зменшення розміру отриманого прибутку, оплачують внески ЄСВ весь термін свого існування, сплачують доволі високі штрафи.

Інформація викладена в даній статті допоможе уникнути серйозних проблем та витрат, пов'язаних з виплатою штрафів за несвоєчасну сплату або невірний розрахунок. Вчасне планування і професійне ведення бухгалтерського обліку зможе забезпечити прибуткове функціонування бізнесу.

Література

1. Господарський кодекс України [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://zakon.rada.gov.ua/laws/show/436-15>.

2. Податковий кодекс України [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <https://buhgalter911.com/normativnaya-baza/nalogovyi-kodeks/>

3. Закон України “Про внесення змін до деяких законів України щодо взяття на облік юридичних осіб та фізичних осіб – підприємців” № 4839-VI [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://zakon.rada.gov.ua/laws/show/2464-17>

4. Закон України “Про збір та облік єдиного внеску на загальнообов'язкове державне соціальне страхування” від 08.10.10 р. № 2464-VI. [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://zakon.rada.gov.ua/laws/show/4839-1720>

5. Фізична особа-підприємець (ФОП) [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <https://www.golovbukh.ua/article/7235-fzichna-osoba-pdprimets-fop>

6. Відповідальність за порушення у сфері ЄСВ. [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <https://uteka.ua/ua/publication/news-14-ezhednevnyj-buxgalterskij-obzor-39-flp-kotoryj-zadolzhal-esv-za-2017-2018-gg-zhdet-shtrafi-penya>

7. Відповідальність за податкові правопорушення [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://www.victoriya.ua/dovidnik/podatkova-vidpovidalnist-sub-yektiv-hospodaryuvannya.html>

1. Economic Code of Ukraine. Available at: <http://zakon.rada.gov.ua/laws/show/436-15>

2. The Tax Code of Ukraine. Available at: <https://buhgalter911.com/normativnaya-baza/nalogovyi-kodeks/>

3. Law of Ukraine "On Amending Certain Laws of Ukraine Regarding Registration of Legal Entities and Individual Entrepreneurs" No. 4839-VI. Available at: <http://zakon.rada.gov.ua/laws/show/2464-17>

4. The Law of Ukraine "On the Collection and Registration of the Single Contribution to the Mandatory State Social Insurance" of 08.10.10 p. № 2464-VI. Available at: <http://zakon.rada.gov.ua/legis/show/4839-1720>

5. Business Entrepreneur (FOP). Available at: <https://www.golovbukh.ua/article/7235-fzichna-osoba-pdprimets-fop>

6. Responsibility for violations in the sphere of CIV. Available at: <https://uteka.ua/ru/publication/news-14-ezhednevnyj-buxgalterskij-obzor-39-flp-kotoryj-zadolzhal-esv-za-2017-2018-gg-zhdet-shtrafi-i-penya>

7. Responsibility for tax violations. Available at: <http://www.victoriya.ua/dovidnik/podatkova-vidpovidalnist-sub-yektiv-hospodaryuvannya.html>

ВІДОМОСТІ ПРО АВТОРІВ

Розділ 1. РЕГІОНАЛЬНІ СОЦІАЛЬНО-ЕКОНОМІЧНІ ДОСЛІДЖЕННЯ

Ткач Олег Володимирович – доктор економічних наук, професор, завідувач кафедри менеджменту та маркетингу Прикарпатського національного університету імені Василя Стефаника.

Зварич Ігор Теодорович – доктор економічних наук, професор кафедри менеджменту та маркетингу Прикарпатського національного університету імені Василя Стефаника.

Зварич Олена Ігорівна – кандидат економічних, завідувача кафедри туризму і готельно-ресторанної справи приватного вищого начального закладу «Івано-Франківський університет права імені короля Данила Галицького»

Лучик Василь Єфремович – доктор економічних наук, професор кафедри економічної кібернетики та міжнародних економічних відносин Чернівецького торговельно-економічного інституту Київського національного торговельно-економічного університету.

Васильченко Сергій Миколайович – кандидат економічних наук, доцент кафедри теоретичної і прикладної економіки Прикарпатського національного університету імені Василя Стефаника.

Томашевська Антоніна Василівна – кандидат економічних наук, викладач кафедри управління та бізнес-адміністрування Прикарпатського національного університету імені Василя Стефаника.

Марків Марія Михайлівна – кандидат економічних наук, викладач кафедри міжнародної економіки, маркетингу і менеджменту Івано-Франківського навчально-наукового інституту менеджменту Тернопільського національного економічного університету.

Розділ 2. ЕКОНОМІКА ПІДПРИЄМСТВ І ГАЛУЗЕЙ ГОСПОДАРСЬКОГО КОМПЛЕКСУ

Пилипів Надія Іванівна – доктор економічних наук, професор завідувача кафедри теоретичної і прикладної економіки Прикарпатського національного університету імені Василя Стефаника.

П'ятничук Ірина Дмитрівна – кандидат економічних наук, доцент кафедри обліку і аудиту приватного вищого начального закладу «Івано-Франківський університет права імені короля Данила Галицького».

Сологуб Святослав Ігорович – аспірант Прикарпатського національного університету імені Василя Стефаника.

Гнатюк Тарас Михайлович – кандидат економічних наук, заступник декана економічного факультету, доцент кафедри обліку і аудиту Прикарпатського національного університету імені Василя Стефаника.

Шкроміда Віталій Васильович – кандидат економічних наук, заступник декана економічного факультету, доцент кафедри обліку і аудиту Прикарпатського національного університету імені Василя Стефаника.

Мельник Надія Богданівна – кандидат економічних наук, доцент кафедри обліку і аудиту Прикарпатського національного університету імені Василя Стефаника.

Зварич Олена Ігорівна – кандидат економічних, завідувача кафедри туризму і готельно-ресторанної справи приватного вищого начального закладу «Івано-Франківський університет права імені короля Данила Галицького»

Солоджук Тетяна Василівна – кандидат економічних наук, доцент кафедри фінансів Прикарпатського національного університету імені Василя Стефаника.

Гафійчук Тарас Васильович – магістрант другого року навчання за спеціальністю «Фінанси, банківська справа та страхування» Прикарпатського національного університету імені Василя Стефаника.

Гафійчук Тетяна Іванівна – магістрант другого року навчання за спеціальністю «Фінанси, банківська справа та страхування» Прикарпатського національного університету імені Василя Стефаника.

Галушак Ірина Євгенівна – кандидат економічних наук, доцент кафедри обліку і аудиту Прикарпатського національного університету імені Василя Стефаника.

Левандівський Омелян Тарасович – кандидат економічних наук, доцент кафедри фінансів Прикарпатського національного університету імені Василя Стефаника.

Морицян Орест Миронович – здобувач кафедри обліку і аудиту Прикарпатського національного університету імені Василя Стефаника.

Морицян Віра Федорівна – викладач кафедри фінансів Прикарпатського національного університету імені Василя Стефаника.

Матковський Петро Єгорович – кандидат економічних наук, доцент кафедри обліку і аудиту Прикарпатського національного університету імені Василя Стефаника.

Краснокутська Юлія Вадимівна – кандидат економічних наук, доцент кафедри туризму і готельного господарства Харківського національного університету міського господарства імені О. М. Бекетова.

Мацола Михайло Михайлович – кандидат економічних наук, доцент кафедри теоретичної і прикладної економіки Прикарпатського національного університету імені Василя Стефаника.

Мацола Соломія Миколаївна – кандидат економічних наук, доцент кафедри менеджменту та маркетингу Прикарпатського національного університету імені Василя Стефаника.

Савка Марія Володимирівна – перший заступник голови Івано-Франківської обласної державної адміністрації.

Костюк Богдан Андрійович – заслужений працівник сільського господарства України, кандидат сільськогосподарських наук, директор Івано-Франківського коледжу ЛНАУ.

Кухній Леся Степанівна – кандидат економічних наук, викладач вищої категорії Івано-Франківського коледжу ЛНАУ.

Черневий Юрій Іванович – доктор біологічних наук, академік ЛАН України, голова постійної комісії обласної ради з питань гуманітарної політики та свободи слова, директор Комунального вищого навчального закладу «Прикарпатський лісогосподарський коледж»

Латик Тетяна Василівна – викладач економічних дисциплін, викладач вищої категорії Івано-Франківського коледжу ЛНАУ.

Коновальчук Лілія Петрівна – заступник директора з навчальної роботи, викладач економічних дисциплін, викладач вищої категорії Івано-Франківського коледжу ЛНАУ.

Сас Людмила Степанівна – кандидат економічних наук, доцент кафедри обліку і аудиту Прикарпатського національного університету імені Василя Стефаника.

Розділ 3. ДЕМОГРАФІЯ, ЕКОНОМІКА ПРАЦІ, СОЦІАЛЬНА ЕКОНОМІКА І ПОЛІТИКА

Романюк Михайло Дмитрович – доктор економічних наук, професор, заслужений діяч науки і техніки України, професор кафедри менеджменту та маркетингу Прикарпатського національного університету імені Василя Стефаника.

Романюк Тарас Михайлович – кандидат економічних наук, доцент кафедри менеджменту та маркетингу Прикарпатського національного університету імені Василя Стефаника.

Колот Анатолій Михайлович – доктор економічних наук, професор, заслужений діяч науки і техніки України, проректор з науково-педагогічної роботи Київського національного економічного університету імені Вадима Гетьмана.

Герасименко Оксана Олександрівна – кандидат економічних наук, доцент кафедри управління персоналом та економіки праці Київського національного економічного університету імені Вадима Гетьмана.

Цимбалюк Світлана Олексіївна – доктор економічних наук, декан факультету управління персоналом, соціології та психології, професор кафедри управління персоналом та економіки праці Київського національного економічного університету імені Вадима Гетьмана.

Бляшук Світлана Григорівна – аспірант кафедри управління персоналом та економіки праці Київського національного економічного університету імені Вадима Гетьмана.

Гринів Любов Володимирівна – кандидат економічних наук, доцент кафедри менеджменту та маркетингу Прикарпатського національного університету імені Василя Стефаника.

Пушик Тарас Васильович – магістрант другого року навчання за спеціальністю «Менеджмент організацій і адміністрування» Прикарпатського національного університету імені Василя Стефаника.

Шурпа Світлана Ярославівна – кандидат економічних наук, доцент кафедри менеджменту та маркетингу Прикарпатського національного університету імені Василя Стефаника.

Герасименко Ганна Валентинівна – аспірант кафедри управління персоналом та економіки праці Київського національного економічного університету імені Вадима Гетьмана.

Геренда Андрій Зиновійович – магістрант другого року навчання за спеціальністю «Менеджмент організацій і адміністрування» Прикарпатського національного університету імені Василя Стефаника.

Кравченко Олександр Олександрович – здобувач кафедри управління персоналом, економіки праці та економічної теорії ВНЗ Укоопспілки «Полтавський університет економіки і торгівлі».

Ціжма Юрій Іванович – кандидат економічних наук, доцент кафедри теоретичної і прикладної економіки Прикарпатського національного університету імені Василя Стефаника.

Шеленко Діана Іванівна – кандидат економічних наук, доцент кафедри обліку і аудиту Прикарпатського національного університету імені Василя Стефаника.

Ціжма Оксана Анатоліївна – здобувач кафедри фінансів суб'єктів господарювання і страхування Тернопільського національного економічного університету.

Баланюк Іван Федорович – доктор економічних наук, професор, завідувач кафедри обліку і аудиту Прикарпатського національного університету імені Василя Стефаника.

Копчак Юрій Степанович – кандидат економічних наук, доцент кафедри менеджменту та маркетингу, голова первинної профспілки організації ДВНЗ «Прикарпатський національний університет імені Василя Стефаника».

Голубчак Олег Михайлович – завідувач економічного відділення Івано-Франківського коледжу ЛНАУ.

Казюка Наталія Петрівна – кандидат економічних наук, викладач економічних дисциплін Івано-Франківського коледжу ЛНАУ.

Розділ 4. МЕНЕДЖМЕНТ. МАРКЕТИНГ. ФІНАНСИ. БУХГАЛТЕРСЬКИЙ ОБЛІК

Зварич Ігор Теодорович – доктор економічних наук, професор кафедри менеджменту та маркетингу Прикарпатського національного університету імені Василя Стефаника.

Зварич Олена Ігорівна – кандидат економічних, завідувача кафедрою туризму і готельно-ресторанної справи приватного вищого начального закладу «Івано-Франківський університет права імені короля Данила Галицького».

Пилипів Надія Іванівна – доктор економічних наук, професор, завідувача кафедрою теоретичної і прикладної економіки Прикарпатського національного університету імені Василя Стефаника.

Ємець Ольга Іванівна – кандидат економічних наук, доцент кафедри теоретичної і прикладної економіки Прикарпатського національного університету імені Василя Стефаника.

Якубів Валентина Михайлівна – доктор економічних наук, професор, завідувача кафедрою управління та бізнес адміністрування Прикарпатського національного університету імені Василя Стефаника.

Полюк Мирослава Іванівна – аспірант Львівського торговельно-економічного університету.

Михайлів Галина Василівна – кандидат економічних наук, доцент кафедри менеджменту та маркетингу Прикарпатського національного університету імені Василя Стефаника.

Новосад Яна Вікторівна – магістрант другого року навчання за спеціальністю «Маркетинг» Прикарпатського національного університету імені Василя Стефаника.

Рожнів Олег Ярославович – магістрант другого року навчання за спеціальністю «Маркетинг» Прикарпатського національного університету імені Василя Стефаника.

Щур Роман Іванович – кандидат економічних наук, доцент кафедри фінансів Прикарпатського національного університету імені Василя Стефаника.

Плець Іван Іванович – кандидат економічних наук, доцент кафедри фінансів Прикарпатського національного університету імені Василя Стефаника.

Гречаник Наталя Юрївна – кандидат економічних наук, доцент кафедри менеджменту та маркетингу Прикарпатського національного університету імені Василя Стефаника.

Михайлишин Лілія Іванівна – академік Академії економічних наук України, – доктор економічних наук, доцент, завідувача міжнародних економічних відносин Прикарпатського національного університету імені Василя Стефаника.

Шкроміда Надія Ярославна – кандидат економічних наук, доцент кафедри обліку і аудиту Прикарпатського національного університету імені Василя Стефаника.

Благун Іван Іванович – кандидат економічних наук, викладач кафедри менеджменту та маркетингу Прикарпатського національного університету імені Василя Стефаника.

Василюк Марія Михайлівна – кандидат економічних наук, доцент кафедри обліку і аудиту Прикарпатського національного університету імені Василя Стефаника

Кохан Ірина Василівна – кандидат економічних наук, доцент кафедри фінансів Прикарпатського національного університету імені Василя Стефаника.

Чигура Віталія Степанівна – магістрант другого року навчання за спеціальністю «Фінанси, банківська справа та страхування» Прикарпатського національного університету імені Василя Стефаника.

Костюк Богдан Андрійович – заслужений працівник сільського господарства України, кандидат сільськогосподарських наук, директор Івано-Франківського коледжу ЛНАУ.

Савчук Осипа Ярославівна – викладач економічних дисциплін вищої категорії Івано-Франківського коледжу ЛНАУ.

Придюк Оксана Миколаївна – викладач економічних дисциплін другої категорії Івано-Франківського коледжу ЛНАУ.

Баланюк Іван Федорович – доктор економічних наук, професор, завідуючий кафедрою обліку і аудиту Прикарпатського національного університету імені Василя Стефаника.

Димид Людмила Володимирівна – викладач економічних дисциплін, викладач вищої категорії Івано-Франківського коледжу ЛНАУ.

Гошовська Ірина Іванівна – викладач економічних дисциплін, викладач другої категорії Івано-Франківського коледжу ЛНАУ.

Шеленко Діана Іванівна – кандидат економічних наук, доцент кафедри обліку і аудиту Прикарпатського національного університету імені Василя Стефаника.

ЗМІСТ

Розділ 1. РЕГІОНАЛЬНІ СОЦІАЛЬНО-ЕКОНОМІЧНІ ДОСЛІДЖЕННЯ

Ткач О. В.

Особливості управління інвестиціями: регіональний рівень, зарубіжний досвід 3

Зварич І. Т., Зварич О. І.

Регіон у контексті переходу України до ринкових засад її соціально-економічного і культурного розвитку..... 6

Лучик В. Є.

Шляхи подолання міжрегіональної диференціації економічного розвитку України..... 16

Васильченко С. М.

Екстернальний економічний ріст..... 21

Томашевська А. В.

Факторний аналіз динаміки валового внутрішнього продукту України..... 26

Марків М. М.

Трансформаційні процеси в економіці України з погляду орієнтації на світовий ринок..... 29

Розділ 2. ЕКОНОМІКА ПІДПРИЄМСТВ І ГАЛУЗЕЙ ГОСПОДАРЬКОГО КОМПЛЕКСУ

Пилипів Н. І., П'ятничук І. Д., Сологуб С. І.

Концепція соціальної відповідальності об'єднаних територіальних громад у контексті сталого розвитку..... 36

Гнатюк Т. М., Шкроміда В. В., Мельник Н. Б.

Оперативний облік та аналіз закупівель, продаж та розрахункових операцій підприємства..... 42

Зварич О. І.

Проблеми і перспективи розвитку туризму в Україні та її регіонах (на прикладі Івано-Франківської області)..... 47

Солоджук Т. В., Гафійчук Т. В., Гафійчук Т. І.

Виплати за загальнообов'язковим державним соціальним страхуванням в Україні..... 58

Галуцак І. Є.

Нормативно-правове регулювання обліку фінансових ресурсів підприємства..... 63

Левандівський О. Т., Морицян О. М., Морицян В. Ф.

Методичні підходи в оподаткуванні сільськогосподарських підприємств..... 65

Матковський П. Є.

Поняття та складові елементи аграрного сектору економіки..... 69

Краснокутська Ю. В.

Внутрішній туризм як стратегічний напрямок розвитку ринку туристичних послуг та рішення соціально-економічних проблем..... 74

Мацола М. М., Мацола С. М.

Сучасні підходи до управління зовнішньоекономічною діяльністю підприємства..... 80

Савка М. В., Костюк Б. А., Кухній Л. С.

Особливості функціонування підприємства як складової соціально-економічної системи..... 84

Черневий Ю. І., Латик Т. В., Коновальчук Л. П.

Ефективна організація публічних закупівель: плюси та недоліки системи ргозото..... 89

Сас Л. С.

Впровадження новітніх технологій у виробничий процес сільськогосподарських підприємств..... 92

Розділ 3. ДЕМОГРАФІЯ, ЕКОНОМІКА ПРАЦІ, СОЦІАЛЬНА ЕКОНОМІКА І ПОЛІТИКА

Романюк М. Д., Романюк Т. М.

Масові міждержавні трудові міграції як визначальна ознака сучасної глобалізації..... 96

Колот А. М., Герасименко О. О.

Глобальні тенденції у сфері доходів економічно активного населення..... 103

Цимбалюк С. О. Розвиток договірної регулювання та оцінка його ролі у формуванні політики трудових доходів.....	115
Бляшук С. Г. Конкурентоспроможність ринку інноваційної праці: виклики та перспективи.....	122
Гринів Л. В., Пушик Т. В. Удосконалення менеджменту поліклінічних закладів в умовах проведення медичної реформ в Україні.....	130
Шурпа С. Я. Роль соціально відповідального маркетингу у відтворенні людського капіталу.....	136
Герасименко Г. В. Домінанти виміру ефективності управління людськими ресурсами у сфері високотехнологічних послуг: сучасний стан та виклики для економіки України.....	141
Геренда А. З. Напрями реформування медичної галузі України.....	147
Кравченко О. О. Формування інтегрального індикатора оплати праці в контексті забезпечення кадрової безпеки в сучасних умовах.....	152
Ціжма Ю. І., Шеленко Д. І., Ціжма О. А. Організаційно-правові форми господарювання як чинники підвищення зайнятості населення сільських територій.....	159
Баланюк І. Ф., Копчак Ю. С., Голубчак О. М., Казюка Н. П. Тенденції розвитку регіонального ринку праці на територіальному та галузевому рівні.....	165
Розділ 4. МЕНЕДЖМЕНТ. МАРКЕТИНГ. ФІНАНСИ. БУХГАЛТЕРСЬКИЙ ОБЛІК	
Зварич І. Т., Зварич О. І. Система менеджменту соціально-економічного і культурного розвитку регіонів України.....	171
Пилипів Н. І., Ємець О. І. Сучасні підходи до управління інвестиційною діяльністю.....	185
Якубів В. М., Полюк М. І. Класифікація методів мотивації персоналу в системі управління організаціями.....	191
Михайлів Г. В., Новосад Я. В., Рожнів О. Я. Формування бренду інструментами соціальних мереж.....	196
Щур Р. І., Плєць І. І. Формування фінансової бази об'єднаних територіальних громад в умовах бюджетної реформи.....	200
Гречаник Н. Ю., Михайлишин Л. І. Сучасна концепція міжнародного маркетингу в умовах глобалізації економіки.....	208
Шкроміда Н. Я. Бюджетування податків і зборів як елемент системи корпоративного податкового менеджменту.....	213
Благул І. І. Особливості функціонування небанкінгу на території України.....	217
Васильюк М. М. Якість послуг аудиту у сучасному бізнес-середовищі: умови забезпечення та вплив на суспільну діяльність.....	221
Кохан І. В., Чигура В. С. Методичні аспекти управління ризиками банківського споживчого кредитування в Україні.....	226
Костюк Б. А., Савчук О. Я., Придюк О. М. Розвиток електронних грошей в умовах цифрової економіки.....	233
Баланюк І. Ф., Димид Л. В., Гошовська І. І., Шеленко Д. І. Особливості ведення обліку та сплати податків і штрафів у фізичних осіб підприємців.....	238
ВІДОМОСТІ ПРО АВТОРІВ	242

Міністерство освіти і науки України
ДВНЗ «Прикарпатський національний університет імені Василя Стефаника»

ВІСНИК
Прикарпатського національного університету імені Василя Стефаника

ЕКОНОМІКА
Випуск 13

Адреса редакційної колегії:
76025, м. Івано-Франківськ, вул. Шевченка, 57
Економічний факультет Прикарпатського національного університету
імені Василя Стефаника. Тел.: 59-61-44.

Ministry of Education and Science, of Ukraine
Vasyl Stefanyk Precarpathian National University

NEWSLETTER
of Vasyl Stefanyk Precarpathian National University

ECONOMY
Issue XIII

Publishers' address: 76025, Ivano-Frankivsk, Shevchenko Str., 57
Economic department of Precarpathian national University named
after Vasyl Stefanyk Ukraine. Tel: 59-61-44

Відповідальність за достовірність фактів, посилань, статистичних даних несуть автори статей. Відповідно до Закону про авторські права, при використанні наукових ідей та матеріалів цього вісника посилання на авторів і видання є обов'язковим.

Літературний редактор: *Степан ХОРОБ*
Редактор-перекладач англ. тексту: *Геннадій Калашніков*
Комп'ютерна обробка: *Орест МОРИЦАН*
Комп'ютерний оригінал-макет: *Ярослава КОРОЛЬ*

Друкується українською мовою
Реєстраційне свідоцтво КВ № 435.

Підписано до друку 10.09.2018. Папір офсетний.
Гарнітура "Times New Roman". Ум. друк. арк. 40.5
Наклад 300 прим. Зам. 2146.

Видавництво «Плай»
Прикарпатського національного університету
імені Василя Стефаника
76000, м. Івано-Франківськ, вул. Степана Бандери, 1
Тел. 71-56-22