

Міністерство освіти і науки України  
Дніпропетровський університет імені Альфреда Нобеля  
Обласний комунальний вищий навчальний заклад  
«Інститут підприємництва «Стратегія»  
Кременчуцький інститут  
Дніпропетровського університету імені Альфреда Нобеля  
*Кафедра міжнародної економіки та економічної теорії*  
*Кафедра фінансів та банківської справи*  
*Кафедра економіки та економічної кібернетики*

**ІІІ ВСЕУКРАЇНСЬКА  
НАУКОВО-ПРАКТИЧНА КОНФЕРЕНЦІЯ  
СТУДЕНТІВ, АСПРАНТІВ  
І МОЛОДИХ ВЧЕНИХ**

**Фінансово-економічні проблеми  
сучасного світу: шляхи і перспективи  
їх вирішення на мікро-, макро- та мегарівнях**

**Збірник тез**

Конференція зареєстрована в УкрІНТЕІ  
(Лист МОН № 1/11-205 від 14.01.14 року, п. 230)

*Кременчук, 14 лютого 2014 р*

Козачук М.О. ІНВЕСТИЦІЙНА ДІЯЛЬНІСТЬ У СУЧАСНИХ УМОВАХ ГОСПОДАРЮВАННЯ ВІТЧИЗНЯНИХ ПІДПРИЄМСТВ .....	212
Колесник Е.Л. ФУНКЦИОНИРОВАНИЕ БАНКОВСКОЙ СИСТЕМЫ УКРАИНЫ В ПЕРИОД КРИЗИСА 2008-2009 гг. ....	214
Колотай Б.О. ФІНАНСОВИЙ СТАН ПІДПРИЄМСТВА: ІНДИКАТОРИ ДІАГНОСТИКИ ТА ШЛЯХИ ЙОГО ПОКРАЩЕННЯ.....	216
Коріньок Я. СИСТЕМНИЙ РИЗИК ФІНАНСОВОГО СЕКТОРУ ЯК ОБ'ЄКТ РЕГУЛЮВАННЯ МАКРОПРУДЕНЦІЙНОЇ ПОЛІТИКИ.....	217
Кривонос О.Ю. СУТНІСТЬ УПРАВЛІННЯ КРЕДИТНИМ ПОРТФЕЛЕМ БАНКУ .....	219
Кулик І.В. ПРОБЛЕМНІ КРЕДИТИ У БАНКІВСЬКІЙ СИСТЕМІ УКРАЇНИ В СУЧАСНИХ УМОВАХ ГОСПОДАРЮВАННЯ.....	221
Лавлінська Я.О. ПРОБЛЕМИ ВИЗНАЧЕННЯ ЛІКВІДНОСТІ ПІДПРИЄМСТВА ЗОВНІШНІМИ КОРИСТУВАЧАМИ ФІНАНСОВОЇ ЗВІТНОСТІ.....	223
Легонька В.О. УПРАВЛЕНИЕ ФИНАНСОВЫМИ РЕСУРСАМИ ПРЕДПРИЯТИЯ .....	224
Легонька В.О. УПРАВЛЕНИЕ ЛИКВИДНОСТЬЮ КОММЕРЧЕСКИХ БАНКОВ.....	225
Літченко В.С. ОБГРУНТУВАННЯ НЕОБХІДНОСТІ ВПРОВАДЖЕННЯ БЮДЖЕТНОГО ПЛАНУВАННЯ НА ПІДПРИЄМСТВІ.....	226
Малашенко Ю.А. МІСЦЕ І РОЛЬ ПОДАТКОВОГО ОБЛІКУ В СИСТЕМІ БУХГАЛТЕРСЬКОГО ОБЛІКУ .....	228
Манько І. ОСНОВНІ ПРОБЛЕМИ ЗДІЙСНЕННЯ ПОСРЕДНИЦЬКОЇ ДІЯЛЬНОСТІ НА РИНКУ СТРАХУВАННЯ УКРАЇНИ.....	230
Мороз Ю.І. ПІДХОДИ ДО УПРАВЛІННЯ КРЕДИТНИМ РИЗИКОМ КОМЕРЦІЙНОГО БАНКУ .....	232
Нестеренко О.В. ОСОБЛИВОСТІ ТРАНСФОРМАЦІЇ ФІНАНСОВОЇ ЗВІТНОСТІ В УКРАЇНІ .....	234
Нетреба Д.С. ВПЛИВ ЗОВНІШНІХ ЧИННИКІВ НА ФІНАНСОВУ СТІЙКІСТЬ ПІДПРИЄМСТВА .....	236
Остапенко Н.П. ОСОБЛИВОСТІ ФОРМУВАННЯ ТА РЕАЛІЗАЦІЇ ДИВІДЕНДНОЇ ПОЛІТИКИ ПІДПРИЄМСТВА .....	238
Павленко Р.А. ФІНАНСОВІ ПОСЛУГИ ЯК СПЕЦИФІЧНИЙ ІНСТРУМЕНТ ФІНАНСОВОГО РИНКУ УКРАЇНИ .....	240
Пальчик В.В. ФІНАНСОВИЙ МЕНЕДЖМЕНТ ФОРМУВАННЯМ ПРИБУТКУ ПІДПРИЄМСТВА .....	242
Paaych I. TAXATION IN UKRAINE .....	243
Пасполітак Д.Р. БАЛАНС ЯК ОСНОВНЕ ДЖЕРЕЛО ДЛЯ АНАЛІЗУ ФІНАНСОВОГО СТАНУ .....	245
Пахненко О.М. КРИТЕРІЇ ВИБОРУ МОДЕЛІ ЗБУТУ МІКРОСТРАХОВИХ ПОСЛУГ .....	246
Пшита Ю.Г. УПРАВЛІННЯ ФІНАНСОВИМ СТАНОМ НА ПІДПРИЄМСТВІ.....	248
Podhoretska A. FINANCIAL POSITION AND ACCOUNTING OF MUNUCIPAL ENTERPRISE «KREMENCHUK BLAHOUSTRII» .....	250

Ефективність керування управління діяльністю вимірюється системою показників, що знаходяться у взаємозв'язку і взаємозалежності. Вимір показників, факторів їхньої зміни і виявлення результатів підвищення ефективності фінансово-господарської діяльності є першочерговими задачами її аналізу.

Неодмінною умовою повного якісного аналізу фінансово-господарської діяльності підприємства є вміння читати фінансову звітність, і, зокрема, основну її форму – бухгалтерський баланс. Важливо розуміти економічний зміст кожної балансової статті, способів її оцінки, ролі в діяльності підприємства, характеру змін сум по тій чи іншій статті і значення цих змін для оцінки економіки підприємства. Уміння читати бухгалтерський баланс дає можливість тільки на підставі вивчення балансових статей одержати значний обсяг інформації про підприємство.

Кожен суб'єкт аналізу вивчає інформацію виходячи зі своїх інтересів. Так, власникам необхідно визначити що відбулося – збільшення чи зменшення частки власного капіталу й оцінити ефективність використання ресурсів підприємства; кредиторам і постачальникам – доцільність продовження кредиту, умови кредитування, гарантії повернення кредиту; потенційним власникам і кредиторам – вигідність вміщення в підприємство своїх капіталів. Слід зазначити, що тільки керівництво підприємства може поглибити аналіз звітності, використовуючи дані виробничого обліку в рамках управлінського аналізу. Таким чином, стає очевидною верховна роль бухгалтерського балансу для оцінки економічної і фінансової діяльності підприємства в умовах ринкової економіки.

*Пахненко О.М.*

Державний вищий навчальний заклад «Українська академія банківської справи Національного банку України»

## **КРИТЕРІЙ ВИБОРУ МОДЕЛІ ЗБУТУ МІКРОСТРАХОВИХ ПОСЛУГ**

В сучасних економічних умовах впровадження програм мікрострахування є перспективним напрямком розвитку вітчизняного страхового ринку. Враховуючи, що рівень доходів значної частки населення України є низьким, а ступінь довіри до страхових компаній – невисоким, мікрострахування виступає одним із основних засобів залучення даних груп споживачів до використання страхових послуг.

Поряд із тим, успішність реалізації програм мікрострахування залежить від налагодженості каналів їх збуту, забезпечення максимального доступу до цільових споживачів.

В практиці зарубіжних країн сформувалося чотири основні моделі організації збуту мікрострахових послуг: партнерсько-агентська, кооперативна, централізована та провайдер-орієнтована. Найбільшої популярності набула партнерсько-агентська модель, оскільки передбачає використання вже сформованої агентами мережі збуту страхових та інших мікрофінансових

послуг (їх види залежать від типу посередників, що виступають у якості страхових агентів). Проте, конкретний вибір моделі збуту мікрострахових послуг та оцінка її ефективності здійснюється за рядом критеріїв, основними серед яких в науковій літературі визначаються наступні:

- рівень страхової культури і обізнаності населення;
- рівень довіри до страхування та ефективність страхового маркетингу;
- забезпечення мінімізації витрат;
- своєчасність страхових виплат;
- достатність сформованого страхового фонду.

Вагомість першого критерію – рівня страхової культури і обізнаності населення – зумовлена особливостями цільового сегменту споживачів і є ключовим чинником у визначенні обсягу попиту на послуги мікрострахування. Для виконання даної умови при просуванні мікрострахових продуктів часто проводиться роз'яснювальна робота серед населення для забезпечення розуміння ними необхідності та сутності страхового захисту.

У взаємозв'язку із зазначеним критерієм необхідно розглядати також умову формування достатнього рівня довіри до страхових компаній і ефективності страхового маркетингу. Рівень довіри до страхових компаній та до страхування загалом залежить від чинників, безпосередньо пов'язаних із функціонуванням страхових компаній (випадків банкрутства, невиплат страхових відшкодувань або їх затримки), та від зовнішніх факторів (правової неврегульованості страхових операцій, загальноекономічної нестабільності тощо). Підвищення рівня довіри до мікрострахових посередників забезпечується шляхом формування їх позитивного іміджу у тому числі із застосуванням маркетингових заходів.

Критерій ефективності страхового маркетингу розглядається з точки зору можливості залучити до страхування максимальної кількості споживачів за обмежений проміжок часу. У випадках, коли даний критерій відіграє ключову роль у просуванні мікрострахових послуг, доцільним є вибір кооперативної моделі збуту, як найбільш зрозумілої і надійної з точки зору страхувальників.

Особлива увага при розробці програм мікрострахування повинна надаватися критерію мінімізації витрат, оскільки метою даного виду страхування є надання базових страхових послуг за мінімальною вартістю. Недосягнення зазначеної умови робить страхування недоступним для цільового сегменту споживачів – осіб з низькими чи непостійними доходами. Основними складовими витрат, які можуть призвести до здорожчання вартості страхування, є транзакційні витрати, що виникають при збільшенні кількості страхових посередників і формуванні нових каналів збуту, або ж у зворотній ситуації – при значній віддаленості мікрострахової організації від споживачів і зростанні транспортних витрат. У цьому аспекті найоптимальнішим є застосування кооперативної або партнерсько-агентської моделей збуту мікрострахових продуктів.

Наступний критерій вибору моделі побудови каналів збуту мікрострахових продуктів стосується своєчасності виплати страхових відшкодувань. Певним чином він пов'язаний із розглянутими критеріями формування довіри до

страхових компаній (своєчасність виплат виступає одним із іміджевих факторів) та мінімізації витрат (велика кількість посередників призводить до збільшення як часу, так і витрат на оформлення документів на виплату відшкодування). Відповідно, при вагомості даного критерію для забезпечення ефективності збуту страхових продуктів, необхідно намагатися скоротити кількість посередників у збутових ланцюгах або ж розширювати їх повноваження щодо самостійного відшкодування збитків за договорами мікрострахування.

Один із принципів страхування, який обов'язково повинен забезпечуватися при виборі моделі побудови каналів збуту страхових продуктів, – це принцип взаємності страхування. Він передбачає максимізацію кількості учасників, що беруть участь у страхуванні, з метою формування достатнього розміру страхового фонду та необхідного рівня диверсифікації ризиків. Щодо виконання даного критерію перевага надаватиметься, безумовно, партнерсько-агентській моделі збуту страхових продуктів, як такій що забезпечує залучення до страхування найбільш широкого та різнопланового кола споживачів.

Узагальнюючи вищезазначені критерії ефективності побудови каналів збуту мікрострахових послуг та враховуючи поточний стан розвитку вітчизняного страхового ринку, найбільш прийнятною для України на даному етапі є партнерсько-агентська модель, оскільки вона найкраще забезпечує виконання умов забезпечення мінімізації витрат, своєчасності страхових виплат та достатності сформованого страхового фонду.

*Пищита Ю.Г.*

Науковий керівник: *к.ф.-м.н., доцент Терещенко В. Л.*

Кременчуцький інститут

Дніпропетровського університету ім. А. Нобеля

## **УПРАВЛІННЯ ФІНАНСОВИМ СТАНОМ НА ПІДПРИЄМСТВІ**

За умов переходу економіки України до ринкових відносин, суттєвого розширення прав суб'єктів господарювання у галузі фінансово-економічної діяльності особливого значення набуває необхідність якісного управління фінансовим станом підприємств, оскільки жодний власник не повинен нехтувати потенційними можливостями збільшення прибутку.

Взагалі, фінансовий стан підприємства – це комплексне поняття, яке є результатом взаємодії всіх елементів системи фінансових відносин даного суб'єкта господарювання, визначається сукупністю виробничо-господарських факторів і характеризується системою показників, що відображають наявність, розміщення і використання фінансових ресурсів.

Для якісного управління фінансовим станом підприємства необхідно проводити аналіз великого обсягу інформації, основними джерелами якої для фінансиста-аналітика служать звітний бухгалтерський баланс підприємства, звіт про власний капітал, звіт про фінансові результати, звіт про рух грошових коштів та інші форми звітності, дані первинного та аналітичного