

найефективніших шляхів їх досягнення, зважаючи на тенденції розвитку фінансового ринку.

Оцінка результативності фінансової стратегії може бути оцінена насамперед на підставі прогнозованих розрахунків системи основних фінансових коефіцієнтів. Водночас можуть бути оцінені і нефінансові результати реалізації розробленої фінансової стратегії — зростання ділової репутації підприємства (гудвіл); підвищення рівня управління фінансовою діяльністю структурних підрозділів; підвищення рівня матеріального та соціального задоволення фінансових менеджерів.

Висновки. Отже, формування загального прибутку, його збільшення мають важливе значення для кожного підприємства — суб'єкта господарської діяльності. Управління цими процесами займає важливе місце у фінансовому менеджменті.

ЛІТЕРАТУРА

1. Гетьман О.О. Економіка підприємства: підручник. / О.О. Гетьман. — К. : ЦНЛ, 2006. — 488 с
2. Господарський кодекс України. Глава 7: Підприємство, ст.62
3. Довбня С. Б. Методичні особливості показників рентабельності та розробка їх класифікації / С. Б. Довбня, О. Г. Пендик // Молодий вчений. — 2014. — № 5. — С. 94–97.

Тетяна Мухіна,
студентка 6 курсу
гуманітарно-економічного факультета
Наук. керівник: **П.В. Захарченко,**
д.е.н., професор (БДПУ)

НАПРЯМИ ВДОСКОНАЛЕННЯ ОБЛАСНОГО БЮДЖЕТУ В УМОВАХ ФОРМУВАННЯ ДЕРЖАВНОГО БЮДЖЕТУ УКРАЇНИ

Актуальність. В сучасних умовах розширення функцій і повноважень органів місцевого самоврядування, побудова фінансового фундаменту функціонування локальних бюджетів є важливим завданням. Місцеві бюджети за допомогою фінансових ресурсів активно впливають на економічні та соціальні процеси в окремих адміністративно-територіальних одиницях, створюють можливості для розв'язання загальнодержавних проблем на регіональному рівні та підвищення якості життя громадян.

Ступінь досліджуваності проблеми. Зазначені проблеми знайшли відображення у працях вітчизняних науковців, зокрема Й. Бескида, О. Василика, В. Дем'янишина, О. Кириленко, В. Кравченка, І. Луніної, В.Опаріна, К. Павлюк, Ю. Пасічника, В. Федосова, С. Юрія, А. Буряченка та інших. Належне місце у розробці цих проблем займають роботи західних вчених А. Вагнера, Р. Гнейста, Л. Штейна.

Мета роботи. Метою написання є визначення напрямів удосконалення формування доходів місцевих бюджетів в умовах бюджетної децентралізації

Сутність дослідження. Фінансове забезпечення місцевого самоврядування відповідно до європейських стандартів має досягти такого обсягу, який відповідав би повноваженням, наданим відповідним територіальним органам [1].

Для діючої системи формування доходів місцевих бюджетів в Україні притаманні наступні риси:

- високий рівень бюджетних коштів;
- недостатній рівень власних доходів місцевих бюджетів;
- велика частка трансфертних платежів у доходній частині місцевих бюджетів тощо.

На сучасному етапі акумуляція коштів у доходах місцевих бюджетів здійснюється на умовах покриття видатків. Ось чому дуже важливо, щоб бюджетна децентралізація передбачала не лише нові джерела надходжень до місцевих бюджетів, але й нові інструменти впливу місцевих громад на економічне зростання адміністративно-регіональної одиниці та на нарощення бази доходів. Це буде сприяти підвищенню ефективності прийняття управлінських рішень місцевих органів влади, зацікавленості у збільшенні власних фінансових надходжень.

Бюджетна децентралізація передбачатиме наступні шляхи збільшення надходжень до місцевих бюджетів:

- розширення бази оподаткування податку на нерухомість шляхом включення до оподаткування комерційного (нежитлового) майна;
- збільшення відсотка зарахування екологічного податку на 40%, при цьому половина з них будуть направлятися в обласні бюджети, а 25% – до районних бюджетів і бюджетів міст обласного значення;
- передача до місцевих бюджетів акцизного податку від реалізації через роздрібні мережі алкоголю та тютюнової продукції.

Окрім цього, об'єднані громади отримають увесь спектр повноважень та фінансових ресурсів, що їх на разі уже мають міста обласного значення, зокрема, зарахування 60% податку на доходи фізичних осіб на власні повноваження, прямі міжбюджетні відносини з державним бюджетом (зараз прямі відносини мають лише області, райони, міста обласного значення), державні субвенції.

Основні висновки. Таким чином, для забезпечення успіху функціонування місцевих бюджетів в умовах бюджетної децентралізації необхідно:

- провести реформу міжбюджетних відносин на законодавчому рівні, яка дозволить чітко визначити повноваження органів державної влади та органів місцевого самоврядування;
- на підставі розподілу повноважень щодо надання суспільних благ і послуг здійснити розподіл об'єктів комунальної власності і вдосконалити порядок їх управління.

Отже, розподіл повноважень органів державної влади та органів місцевого самоврядування, розподіл джерел фінансових ресурсів між бюджетами буде сприяти посиленню відповідальності місцевих органів влади за формування та використання місцевих коштів з метою піднесення рівня добробуту населення.

ЛІТЕРАТУРА

1. Субботович Ю.Л. Бюджетна децентралізація та зміцнення фінансів органів місцевого самоврядування / Ю.Л. Субботович // Вісник Київського національного університету ім. Т. Шевченка. – 2013. – № 13. – С. 44–46.

Вікторія Мяло,
студентка 4 курсу
гуманітарно-економічного факультету
Наук. керівник: **О. В. Задворна,**
старший викладач (БДПУ)

СУТНІСТЬ ТА ЗНАЧЕННЯ ІМІДЖУ ПІДПРИЄМСТВА В СУЧАСНИХ УМОВАХ

Актуальність проблеми. В епоху “інформаційного суспільства”, коли уявлення людей про світ і процеси, що відбуваються, значною мірою формуються засобами масової комунікації, коли репутація будь-якого суб'єкта і об'єкта стала відігравати набагато важливішу роль, ніж раніше, імідж підприємства набуває статусу одного з основних ресурсів, які зумовлюють його економічну перспективу.

Ступінь досліджуваності проблеми. Проблемам іміджу підприємства в різних його аспектах присвятили свої праці українські та російські вчені-економісти, зокрема І. Г. Імич, Ю. А. Смирнова, М. В. Томилова, А. В. Хаванов, А. К. Семенов та інші.

Мета дослідження: обґрунтувати необхідність формування іміджу як важливого ресурсу для забезпечення економічної і соціальної стійкості підприємства.

Методи дослідження: робота з першоджерелами; аналіз статей; теоретичне узагальнення.

Сутність дослідження. Сильний імідж стає необхідною умовою досягнення фірмою стійкого та тривалого ділового успіху і цьому є цілком розумне пояснення. По-перше, він дає ефект придбання організацією визнаної ринкової сили, тому що сприяє зниженню чутливості до цін, по-друге, підвищує специфічність та унікальність товарів, а це означає, що він захищає організацію від атак конкурентів і зміцнює позиції щодо товарів-замінників. І, по-третє, він полегшує доступ фірми до різних ресурсів: фінансових, інформаційних, людських тощо. [1; с 26].

Імідж підприємства – це економічний ефект, що створюється відношенням до компанії зацікавлених груп осіб: споживачів, постачальників, співробітників, інвесторів [2, с. 94].

Здійснюючи процес управління іміджем підприємства, необхідно мати чіткі уявлення про структуру іміджу і особливості психологічних процесів його формування у свідомості індивідів.

Імідж має такі характеристики:

1. Адекватність, правдивість – створений імідж повинен відповідати тому, що є насправді;

2. Імідж – це ретельно пророблена біографія або історія фірми, що підкреслює надійність і індивідуальність фірми [3, с. 87– 89];