

Виконання паспорту бюджетної програми відображається в Звіті про виконання, який складається головним розпорядником бюджетних коштів та подається до Міністерства фінансів України у терміни, визначені для подання зведеної фінансової звітності.

На прикладі паспорту бюджетної програми «Створення та розповсюдження національних фільмів» на 2010 рік розглянемо основні показники, що характеризують виконання бюджетної програми та стан їх виконання (табл. 3).

Аналіз наведених даних свідчить, що основним узагальнюючим показником кіновиробництва є показник хвилини екранного часу, який розглядається в паспорті з точки зору його витратності, ефективності та якості. Слід зазначити, що наказами МКТ від 11.12.2008 №1564/О/16-08 та від 11.12.2008 №1565/О/16-08 унормовано ціну виробництва хвилини екранного часу (без ПДВ), а також встановлені максимальні цінові та кількісні показники з виробництва національних фільмів та національних фільмів-дебютів, а також максимальне значення та тривалість фільмів.

Окрім звіту про виконання паспорту бюджетної програми кожна установа подає до Державного казначейства України фінансову та бюджетну звітність.

Останньою стадією бюджетного процесу є звітування про виконання бюджету. Звітність про виконання бюджету є місячною, кварталною та річною. Відповідальним органом державної влади за підготовку та подання до вищих органів державної влади місячних та кварталних звітів є Державна казначейська служба України. Річний звіт про виконання закону про державний бюджет України подається Кабінетом Міністрів України Верховній Раді України, Президентові України та Рахунковій палаті не пізніше 1 квітня року, наступного за звітним.

Висновки

Проведене дослідження засвідчило, що бюджетний процес є складним комплексом взаємопов'язаних між собою стадій, кожна з яких характеризується певною сукупністю результативних показників. При цьому ефективність бюджетного процесу залежить саме від якості виконання зазначених показників на кожній із стадій та оцінки їх впливу на процес в цілому. Особливо велика роль у формуванні та виконанні бюджету відводиться Міністерству фінансів України та за напрямками головним роз-

порядникам бюджетних коштів, зокрема Міністерству культури України (Міністерству культури і туризму України) в частині формування та реалізації програм державної підтримки розвитку кіновиробництва. Аналіз бюджету за цими програмами підтвердив взаємопов'язаність показників формування та виконання бюджету. Зокрема, від обґрунтованого та належним чином оформленого планування видатків залежить їх виконання та звітування. Своєю чергою, інформація про виконання бюджету є основою для подальшого планування бюджету на наступні роки. Таким чином, бюджетний процес характеризується циклічністю та залежністю стадій бюджетного процесу одна від одної.

Список використаних джерел

1. Бюджетний кодекс України // Закон України від 08.07.2010 №2456-VI.
2. Про Державний бюджет України на 2012 рік // Закон України від 22.12.2011 №4282-VI.
3. Про Державний бюджет України на 2013 рік // Закон України від 06.12.2012 №5515-VI.
4. Про Державний бюджет України на 2014 рік // Закон України від 16.01.2014 №719-VII.
5. Про Державний бюджет України на 2015 рік // Закон України від 28.12.2014 №80-VIII.
6. Про затвердження Інструкції про статус відповідальних виконавців бюджетних програм та особливості їх участі у бюджетному процесі // Наказ Міністерства фінансів України від 14.12.2001 №574.
7. Про затвердження Порядку використання коштів, передбачених у Державному бюджеті України для створення та розповсюдження національних фільмів // Наказ Міністерства культури і туризму України від 10.03.2009 №13.
8. Про затвердження Примірного переліку результативних показників бюджетних програм // Наказ Міністерства фінансів України від 14.01.2011 №15.
9. Про культуру // Закон України від 14.12.2010 №2778-VI.
10. Про паспорти бюджетних програм // Наказ Міністерства фінансів України від 29.12.2002 №1098.
11. Про Положення про Державне агентство України з питань кіно // Указ Президента України від 06.04.2011 №404/2011.
12. Про Положення про Міністерство культури України // Указ Президента України від 06.04.2011 №388/2011.

Н.П. ЛИС,
аспірант, Академія фінансового управління

Теоретичні основи та методичне забезпечення конкурентоспроможності страхової компанії

У статті розглядається сутнісний підхід до визначення категорії «конкурентоспроможність страховика» та проводиться ідентифікація методів її забезпечення. Досліджено практичні аспекти досягнення бажаного рівня конкурентоспроможності страхової компанії.

Ключові слова: конкурентоспроможність, страхова компанія, методи забезпечення конкурентоспроможності.

Н.П. ЛЫС,
аспирант, Академия финансового управления

Теоретические основы и методическое обеспечение конкурентоспособности страховой компании

В статье рассматривается сущностный подход к определению категории «конкурентоспособность страховщика» и проводится идентификация методов ее обеспечения. Исследованы практические аспекты достижения нужного уровня

Theoretical basis and methodological support competitiveness of the insurance company

The article reviews the approach to determination of competitiveness insurer and the identification of its maintenance methods takes place. The practical aspects of achieving the desired level of competitiveness of the insurance company are studied.

Keywords: competitiveness, insurance company, competitiveness methods.

Постанова проблеми. Повсюдне явище глобалізації на фоні складної економічної ситуації визначає функціонування цілих галузей економіки та індивідуальних суб'єктів господарювання, зокрема тих, які змушені шукати способи виживання і подальшого розвитку в умовах зростаючої конкуренції на ринку. Особливості страхової діяльності потребують високого рівня фінансової стійкості, а здатність страховика відповідати за взятими на себе зобов'язаннями у будь-який період часу є основою його функціонування та забезпечення його конкурентоспроможності.

Аналіз досліджень та публікацій з проблеми. Дослідженню теоретичних основ конкурентоспроможності страхових компаній та умов забезпечення даного параметру їх діяльності присвячені роботи таких вітчизняних та зарубіжних авторів, як В. Базилевич [1], Н. Внукова [3], І. Жук [6], М. Дворак [5], Е. Румянцева [8], Г. Тредер [14], Р. Фатхутдінов [10], Л. Шірінян [11].

Разом із тим узагальнення досягнень вітчизняної економічної думки, в галузі дослідження конкурентоспроможності національних страховиків, свідчать про необхідність подальшого дослідження проблеми з урахуванням інтеграції страхового ринку України в міжнародні ринки фінансових послуг.

Метою статті є розгляд теоретичних основ та методичного забезпечення конкурентоспроможності страхової компанії.

Виклад основного матеріалу. Категорія конкурентоспроможності в умовах розвитку ринкової економіки являється однією з ключових, оскільки в цій категорії знаходять відображення економічні, фінансові, науково-технічні, організаційно-управлінські, виробничі, маркетингові, інноваційні та інші можливості компанії, які реалізуються в товарах (роботах, послугах) компанії. Сучасні тенденції розвитку страхового ринку зумовлюють необхідність забезпечення конкурентоспроможності вітчизняних страхових компаній.

Перш за все слід зауважити, що конкурентоспроможність з методологічної точки зору являє собою складну синтетичну категорію, складовими якої є багато груп факторів, які впливають на стан розвитку організації незалежно від галузевої приналежності.

Сучасна економічна наука поки що не дала єдиного загальноприйнятого трактування змісту поняття конкурентоспроможності організації, оскільки більшість вчених неоднозначно трактують її зміст. Тому проаналізуємо дане визначення наведено різними авторами.

Так, Р.А. Фатхутдінов визначає конкурентоспроможність як властивість об'єктів, яка характеризує ступінь реального і потенційного задоволення ним конкретної потреби в порівнянні з кращими аналогічними об'єктами, представленими на даному ринку. Фахівець відзначає, що «конкурентоспро-

можність організації – це її здатність виробляти конкурентоспроможний товар чи послугу». За іншим його визначенням, конкурентоспроможність – це здатність об'єкта витримувати конкуренцію в порівнянні з аналогічними об'єктами в умовах конкретного ринку. До безлічі об'єктів, що володіють властивістю конкурентоспроможності, автор відносить, крім продукції, ще й нормативні акти, науково-методичні документи, проектно-конструкторську документацію, технологію, виробництво, персонал («робітник», «спеціаліст», «менеджер» за твердженням автора), цінні папери, інфраструктуру (наркоколішнє середовище), інформацію [10, с. 612].

На думку М. Портера, конкурентоспроможність визначається спроможністю організації постійно розвиватися: спочатку добиватися конкурентних переваг, змінюючи основу, на якій здійснюється конкуренція, а потім зберігати свою перевагу, постійно удосконалюючи продукт, способи виробництва та інші фактори, причому так швидко, щоб конкуренти не змогли їх наздогнати і перегнати. Саме удосконалення і оновлення – безперервний процес, який дозволяє створити, на думку М. Портера, конкурентні переваги [9].

Своєю чергою, Д. Івахник розглядає конкурентоспроможність організації як комплексну характеристику суб'єкта господарювання за певний період часу в умовах конкурентного ринку, відображаючи переваги перед конкурентами по ряду визначальних показників – фінансово-економічних, маркетингових, виробничо-екологічних, а також здатність суб'єкта до безкризового функціонування і своєчасної адаптації до умов зміни зовнішнього середовища [7].

Найлаконічніше визначення конкурентоспроможності відмічено Е. Румянцевою: «конкурентоспроможність – наявність сильних, стійких позицій на ринку». За твердженням автора, базою створення конкурентоспроможності для виробника, який індивідуалізує свій товар або послугу виробника, є продукція, властивості якої суттєво відрізняються від властивостей продукції конкурентів. Вона вважає, що «конкурентоспроможність організації – одна зі складових стратегії розвитку будь-якої комерційної організації» [8, с. 503].

В.Д. Шкардун вважає, що «конкурентоспроможність підприємства в широкому сенсі можна визначити як здатність досягати власної мети в умовах протидії конкурентів» [12, с. 46]. Поточна конкурентоспроможність підприємства пов'язана з конкурентоспроможністю пропозиції на ринку. Пропозиція включає продукт, ціну та супутні послуги, а в загальному випадку – все, що визначає корисність (вигідність) придбання для клієнта. Часто підприємство має кілька пропозицій, при цьому можна говорити про інтегральну конкурентоспроможність усього продуктового портфеля.

Зауважимо, що конкурентоспроможність страхової компанії першою чергою визначається її платоспроможністю. Стаття 30 Закону України «Про страхування» визначає умови забезпечення платоспроможності страховиків [2].

Відповідно до діючого законодавства страховики зобов'язані дотримуватися таких умов забезпечення платоспроможності:

- наявності сплаченого статутного капіталу та наявності гарантійного фонду страховика;
- створення страхових резервів, достатніх для майбутніх виплат страхових сум і страхових відшкодувань;
- перевищення фактичного запасу платоспроможності страховика над розрахунковим нормативним запасом платоспроможності.

Таким чином, термінологія в галузі конкурентоспроможності об'єктів не стандартизована. Дані визначення достатньо повні та стосуються багатьох аспектів функціонування організації, проте вони не орієнтовані на вирішення задач, пов'язаних з забезпеченням конкурентоспроможності компанії. Попередня оцінка конкурентоспроможності дає можливість моделювати її рівень, прийняти обґрунтоване рішення, спрямоване як на підвищення конкурентоспроможності товарів, так і на забезпечення конкурентоспроможності компанії в цілому.

Слід відмітити, що в жодному відомому визначенні не вказується, хто оцінює конкурентоспроможність компанії. З одного боку, вона оцінюється суб'єктами зовнішнього середовища – інвесторами, акціонерами, клієнтами, державою і суспільством, з іншого – суб'єктами внутрішнього середовища – працівниками, включаючи керівництво компанії.

Підбиваючи підсумок аналізу даної категорії, можна зазначити, що конкурентоспроможність страхової компанії – це можливість ефективно розпоряджатися власними та позиковими ресурсами в умовах конкурентного ринку, яка визначається на основі комплексу економічних характеристик в їх взаємозв'язку, з метою збереження та зростання конкурентних переваг в умовах змін зовнішнього середовища з врахуванням актуальних потреб споживачів.

При цьому конкурентоспроможність страхової компанії з позиції сучасної теорії розглядається як категорія, сформована з двох факторів [6]:

- спроможність страхової компанії швидко підвищувати ефективність оперативної діяльності: росту ефективності використання фінансових, трудових та інших ресурсів якими володіє компанія;
- спроможність формування та реалізації унікальної стратегічної концепції розвитку, яка одночасно створить недосяжні чи взагалі непосильні бар'єри для потенційних конкурентів, тобто створення так званої зони безпеки.

Стосовно галузі страхування конкурентоспроможність страхових компаній трактується як наявні можливості для надання таких страхових послуг, яким з боку потенційних страховиків буде надано пріоритет перед фінансовими товарами компаній-конкурентів, які знайдуть попит і будуть з успіхом реалізовані на страховому ринку, забезпечуючи таким чином успішне функціонування даної організації у довгостроковій перспективі.

Вище проведений аналіз сутності конкурентоспроможності страховика дає можливість стверджувати про необхідність дослідження чинників і методів, які забезпечують та

підтримують конкурентоспроможність страхової компанії на високому рівні.

Визначаючи ефективність процесу забезпечення конкурентоспроможності страхової компанії, насамперед, розглянемо чинники, які обумовлюють його інтенсивність. Так, чинники, які обумовлюють діяльність страхової компанії, доцільно поділити на зовнішні і внутрішні.

Виходячи з того що зовнішні фактори впливу практично не контролювані і страховій компанії дуже складно ефективно їм протистояти, можливість управління внутрішніми чинниками формування конкурентоспроможності страховика є визначальним для подальшого розвитку його діяльності.

Досліджуючи внутрішні чинники, необхідно відзначити, що в більшості наукових праць автори виділяють майже однакові або схожі умови забезпечення конкурентоспроможності страховика. Дані умови, на нашу думку, становлять базові складові конкурентоспроможності страхової компанії.

Так, до основних чинників формування конкурентоспроможності страховика відносять [5]:

- мережеву структуру представництв страхової компанії;
- частку страхового ринку;
- диверсифікацію страхових послуг, зокрема поширення операцій перестрахування як інструменту забезпечення фінансової стійкості та платоспроможності страховика;
- співробітництво з іноземними страховими компаніями;
- зниження тарифних ставок на страхові послуги.

Отже, можна стверджувати, що забезпечення конкурентоспроможності страхової компанії є складним процесом, пов'язаним з постійним контролем усіх сфер діяльності та своєчасною реакцією на зміни внутрішнього і зовнішнього середовища.

Для того щоб зберегти своє місце на ринку та сформувати конкурентне середовище, страхові компанії постійно звертаються до методів конкурентної боротьби, кінцевою метою використання яких є забезпечення конкурентоспроможності.

Так, одним із методів виступає формування тарифних ставок. У разі його застосування страховик отримує конкурентну перевагу лише при зниженні до оптимального рівня згідно зі структурою страхового портфеля страхових тарифів та встановленні стабільних розмірів таких тарифів протягом тривалого проміжку часу.

Страховий тариф має бути встановленим на вигідному рівні як для страхувальника, так і для страховика, оскільки є джерелом формування прибутку і дозволяє підтримувати достатній рівень платоспроможності та фінансову стійкість страхової компанії.

Диверсифікація страхових послуг виступає одним з найбільш ефективних інструментів мінімізації ризиків страхових компаній, оскільки дозволяє знижувати страхові тарифи на послуги, які користуються меншим попитом, за рахунок інтенсифікації використання найпоширеніших страхових послуг.

Іншим методом підвищити рівень конкурентоспроможності страхових компаній є розширення мережевої структури, яке супроводжується збільшенням представництв страховиків. Використання даного методу для встановлення конкурентних позицій страховика має на меті збільшити частку страхового ринку, яку займає кожна страхова компанія. Результатом постійної конкурентної боротьби учасників

страхового ринку шляхом використання запропонованого методу є розширення його місткості.

При взаємодії страхових компаній зі страховиками та перестраховиками виникає питання встановлення критеріїв конкурентоспроможності, згідно з якими можна прогнозувати виконання своїх зобов'язань учасниками страхового ринку по договорам страхування.

Одним з таких критеріїв виступає рейтингова оцінка страховика, проводити яку можна за багатьма моделями як у межах внутрішнього, так і зовнішнього страхових ринків. Рейтингова оцінка виступає кількісним індикатором конкурентних переваг одних страхових компаній над іншими. Вона дозволяє розширити клієнтську базу, оскільки виступає основою для прийняття управлінських рішень щодо вибору страховика для надання страхових послуг.

Таким чином, ефективне управління конкурентоспроможністю, а отже суперництвом страхових компаній, в процесі якого страховик намагається зміцнити власні позиції на страховому ринку, досягається за рахунок встановлення вигідної як для страховика, так і для страхувальника тарифної ставки, залучення перестрахових операцій з метою забезпечення фінансової стійкості і платоспроможності, співробітництва з іноземними страховиками та отримання адекватної рейтингової оцінки.

Висновки

Проведене дослідження дає змогу стверджувати, що на сьогодні відсутній єдиний підхід до визначення методів формування та оцінки конкурентоспроможності.

У ході дослідження під конкурентоспроможністю страхової компанії автор розуміє дотримання значень стратегічних показників діяльності компанії в стані стійкості, забезпечуючи економічну ефективність діяльності на прийнятому для її власника рівні.

Такими стратегічними параметрами можуть бути:

- фінансова стійкість та платоспроможність;
- склад і структура мережі філій;
- темпи приросту страхових премій;
- кількість агентів;
- збитковість страхових операцій;
- розширення частки ринку.

Акцентуючи увагу на необхідності комплексної взаємодії всіх умов досягнення конкурентоспроможності страховика, необхідно також зазначити, що кожний критерій має специ-

фічні властивості, параметри досягнення та відповідно по різному впливає на конкурентоспроможність страхової компанії.

Список використаних джерел

1. Базилевич В.Д. Страхова справа / В.Д. Базилевич, К.С. Базилевич. – К.: Знання, 2008. – [6-те вид.]. – 351 с.
2. Закон України «Про внесення змін до Закону України «Про страхування» від 07.07.2005 №2774-IV [Електрон. ресурс]. – Режим доступу: <http://portal.rada.gov.ua>.
3. Внукова Н.М. Страхування: теорія та практика; Навчально-методичний посібник / Внукова Н.М., Успенко В.І., Єременко Л.В. та ін.; За заг. ред. проф. Внукової Н.М. – Харків; Бурун Книга, 2004. – 376 с.
4. Горанець І.С. Сучасний стан наукових концепцій конкурентоспроможності // Вісник СНАУ, вип. 4. – 2009. – С. 111–118.
5. Дворак М.С. Чинники формування конкурентного середовища на ринку страхових послуг України / М.С. Дворак // Актуальні проблеми економіки. – 2006. – №9 – С. 120–127.
6. Жук І.Н. Управление конкурентоспособностью страховых организаций. – М.: Анкил, 2011. – С. 31.
7. Ивахник Д.Е. Повышение конкурентоспособности промышленного предприятия на основе гибкой ассортиментной политики: дис. канд. экон. наук: 08.0.05 / Ивахник Д.Е. – Благовещенск, 2011. – 215 с.
8. Румянцева Е.Е. Новая экономическая энциклопедия [Текст] / Е.Е. Румянцева. – М.: ИНФРА-М, 2005. – 724 с.
9. Портер М.Е. Конкурентная стратегия: Методика анализа отраслей и конкурентов. – М.: Альпина Бизнес Букс, 2006. – 454 с.
10. Фатхутдинов, Р.А. Конкурентоспособность организации в условиях кризиса: экономика, маркетинг, менеджмент [Текст] / Р.А. Фатхутдинов. – М.: Издательско-книготорговый центр «Маркетинг», 2002. – 892 с.
11. Шірінян, Л. В. Конкурентоспроможність страхового ринку України в сучасних умовах / Л.В. Шірінян, А.С. Шірінян // Економіка України. – 2011. – №7. – С. 37–48.
12. Шкардун, В.Д. Интегральная оценка конкурентоспособности предприятия [Текст] / В.Д. Шкардун // Маркетинг. – 2005. – №1. – С. 38–50.
13. Grzebyk M. Konkurencja i konkurencyjność przedsiębiorstw. Ujście teoretyczne / Grzebyk M., Krycki Zdz. // Zeszyty Naukowe Uniwersytetu Rzeszowskiego nr 20. – Rzeszów 2011. – S. 107–118.
14. Treder H. Warunki kształtowania konkurencyjności w sektorze ubezpieczeń gospodarczych / Treder H. // W: Wpływ globalizacji i integracji na konkurencyjność nowych krajów członkowskich Unii Europejskiej. – Białystok 2013. – S. 159–172.

УДК 336.717.8

Я.В. ЖОВТАНЕЦЬКА,

аспірант, Інститут регіональних досліджень НАН України ім. М.І. Долишнього

Антикризове управління депозитним та кредитним портфелями банків

У статті представлено проблемні аспекти функціонування банків України в кредитній та депозитній сферах діяльності. Обґрунтовано необхідність формування системи антикризового менеджменту депозитним та кредитним портфелями банку з виокремленням мети управління, індикаторів оцінювання якості депозитного та кредитного портфелів банків, ознак проблемності й нежиттєздатності, формування заходів антикризового менеджменту, які забезпечать трансформацію ресурсів і зростання чистої відсоткової маржі.

Ключові слова: кредитний, депозитний портфель, якість активів, рівень менеджменту, трансформація ресурсів, індикатори якості кредитів.